



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**TRABAJO PRACTICO DE EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE
CARRERA DE CARÁCTER COMPLEXIVO**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

TÍTULO

**“PLAN DE MARKETING Y MEJORAMIENTO DEL VIVERO “LA
HIEDRA” DEL CANTON MILAGRO.”**

AUTOR: Sánchez Vélez Daniel Israel

TUTOR: Ing. Echeverría Vázquez Huber Gregorio


MILAGRO, DICIEMBRE DEL 2016

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que me comprometo asesorar durante la etapa del desarrollo hasta su presentación, evaluación y sustentación del trabajo de titulación, cuyo tema es **PLAN DE MARKETING Y MEJORAMIENTO DEL VIVERO LA HIEDRA DEL CANTON MILAGRO** presentado por el, estudiante Sánchez Vélez Daniel Israel, para optar al título de Ingeniería Comercial.

Milagro, 6 días del mes de Diciembre del 2016



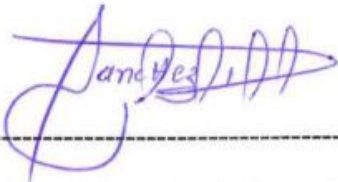
ING. Echeverría Vázquez Huber Gregorio

Cédula 0916577810

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, 6 días del mes de Diciembre del 2016



Sánchez Vélez Daniel Israel

C.I 092094973-2

DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada a Dios, gracias a él he culminado mi carrera universitaria con éxito, sin sus bendiciones y su fuerza, no podría haberlo logrado.

A mis amados padres, que aunque no se encuentren a mi lado estuvieron apoyándome espiritualmente, ellos me enseñaron y me inculcaron el camino del bien, y hoy puedo orgullosamente dedicarles este triunfo.

A mi esposa por brindarme su confianza y apoyo incondicional.

Sánchez Vélez Daniel Israel

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la institución, la Universidad Estatal de Milagro. A mis profesores, que han sido mis guías durante todo este largo recorrido.

A mis compañeros, que estuvieron apoyándome, con quienes forje mi carácter y crecí como ser humano.

A todos quienes, de una manera u otra, me ayudaron a encontrar mi camino, hasta aquí.

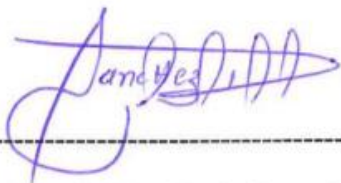
Sánchez Vélez Daniel Israel

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.
Fabricio Guevara Viejó, MAE.
Rector de la Universidad Estatal de Milagro
Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo hacer entrega de la Cesión de Derecho de Autor del Trabajo Práctico de Examen de Grado o de Fin de Carrera de Carácter Complexivo, realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **PLAN DE MARKETING Y MEJORAMIENTO DEL VIVERO “LA HIEDRA” DEL CANTON MILAGRO.** y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 6 de Diciembre del 2016



Sánchez Vélez Daniel Israel

C.I 092094973-2

ABREVIATURAS

PYMES: conjunto de pequeñas y medianas empresas

INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

MKT: Marketing

CAPÍTULO I	2
EL PROBLEMA.....	2
1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.1.1 Delimitación del problema	2
1.2 Objetivos	3
1.2.1 Objetivo general.....	3
1.2.2 Objetivos Específicos	3
CAPÍTULO II	4
MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO.....	4
2.1 Marco teórico y referencial.....	4
2.1.1 Marco Teórico.....	4
2.1.2 Antecedentes Históricos	9
2.1.2 Antecedentes Referenciales	11
2.2 Marco Metodológico.....	13
2.2.1 Tipo y diseño de investigación y su perspectiva general	13
2.3 Población y Muestra	13
2.3.1 Características de la población.....	13
2.3.2 Delimitación de la población	13
2.3.3 Tipo de la muestra	14
2.3.4 Tamaño de la muestra	14
2.4 Métodos y Técnicas	14
2.4.1 Métodos teóricos	14
2.5 Resultados	15
CAPÍTULO III.....	17
PROPUESTA	17
3.1 Descripción de la Propuesta	17
3.1.1 Diagnostico	17
3.2 Análisis FODA	17
3.2.1 Matriz FOFADODA	18
3.3 Desarrollo de la propuesta.....	19

3.2 Conclusiones	32
3.3 Recomendaciones	33
Bibliografía	34

Tabla de ilustraciones

Ilustración 1 Tarjeta de presentación	41
Ilustración 2 Plantas	41

Tabla 1 Estrategia #1	21
Tabla 2 Metas estrategia #1	21
Tabla 3 Presupuesto estrategia #1	22
Tabla 4 Estrategia #2	23
Tabla 5 Metas estrategias #2	24
Tabla 6 Presupuesto estrategia#2	24
Tabla 7 Estrategia #3	26
Tabla 8 Metas estrategia #3	27
Tabla 9 Presupuesto estrategia #3	27
Tabla 10 Presupuesto general	30
Tabla 11 Matriz FODA	37
Tabla 12 Matriz FO-FA-DO-DA	38
Tabla 13 MATRIZ DE PROBLEMATIZACION	40
Tabla 14 MATRIZ MEFI	41

Título: Plan de marketing y mejoramiento del vivero la hiedra del Cantón Milagro.

RESUMEN

Este proyecto de investigación, está enfocado en el desarrollo de una empresa familiar y tradicional, por lo tanto, la búsqueda de falencias en el sistema que se ha aplicado durante dos décadas, en esta empresa, es primordial para entender la situación económica y social por la cual atraviesa este vivero.

Una vez identificados los problemas, se creó una propuesta que ayude a mejorar la situación económica y social a mediano plazo, mediante la utilización de nuevas técnicas y tecnologías. Técnicas que se consideran necesarias para poder actualizar el sistema de producción del vivero, además, también se consideraron ciertas especificaciones para poder encaminar a esta empresa, en la exportación de sus productos de alta calidad.

Palabras clave: Plantas ornamentales, vivero, costos de producción, microempresa

Title: Plan of marketing and improvement of the ivy nursery of the Canton Milagro.

ABSTRACT

This research project is focused on the development of a family and traditional company, therefore, the search for failures in the system that has been applied for two decades, in this company, is essential to understand the economic and social situation by which crosses this nursery.

Once the problems were identified, a proposal was created to help improve the economic and social situation in the medium term by using new techniques and technologies. Techniques considered necessary to be able to update the system of production of the nursery, in addition, also considered certain specifications to be able to lead to this company, in the export of its products of high quality.

Key words: Ornamental plants, nursery, production costs, microenterprise

INTRODUCCIÓN

Las PYMES, dedicadas a la agricultura, tienen un gran auge en las afueras del cantón Milagro, estas empresas se destacan por el cultivo de plantas ornamentales, las cuales normalmente suelen ser utilizadas en el hogar. La gran demanda de este negocio, es la principal motivación de inversión de las personas, ya que es seguro que se pueda crecer en el mercado.

Muy aparte de la inversión inicial, de la infraestructura, y los insumos, es de suma importancia que el negocio cuente con un plan estratégico de MKT y ventas, pues de algún modo, se debe buscar destacar las cualidades de nuestra empresa, en todo el mercado de viveros existentes en la ciudad.

Esta investigación ayudara a identificar los problemas dentro de la empresa mediante encuestas al personal y a la demanda, enfocada a la productividad y a la proyección e impacto que tiene la empresa en el mercado; este procedimiento nos ayudara a reconocer las falencias y a encontrarles la solución que mejor se adapte a nuestro objetivo.

El objetivo del vivero “La Hiedra” es proyectar el crecimiento de su productividad, mediante la organización adecuada de su personal y sus insumos, esto sumado a una publicidad constante a través de social media y estrategias comerciales que faciliten el posicionamiento y reconocimiento de la empresa dentro del competitivo mercado de viveros del cantón Milagro.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

El cantón Milagro, ubicado en la provincia del Guayas, posee una de las zonas más fértiles de la costa Ecuatoriana, es reconocido como el cantón con más extensión de tierra fértil, hecho que se da por ubicarse en una zona tropical con clima muy calido (Vicuña, 2007), esta es una de las principales razones por las que muchas personas se dedican a la agricultura, principalmente la siembra de plantas ornamentales y domésticas

Se considera como “La ruta de las flores” a la ruta que se traza desde Milagro al km 5½ vía naranjito, por la gran cantidad de viveros establecidos en esta ruta. Es en esta ruta, donde se encuentra ubicado el vivero “La hiedra”, aquí se producen la siembra de variedades de plantas, la flora del área abarca alrededor de 19 especies, todas autóctonas de Milagro (nativas), distribuidas en 12 familias y 10 órdenes, de las cuales según su principal uso, se distribuyen en 9 comestibles, 6 maderables, 1 medicinal, 2 industriales y 1 ornamental, predomina la familia Malvácea (Sáenz, 2011)

A pesar de la buena ubicación del local, y de la gran calidad de suelos que poseen los terrenos, el principal problema de la microempresa, es la falta de publicidad. Seguido de la carencia de servicios de postventas, el adecuado mantenimiento de las áreas verdes, y la rotación de personal no capacitado.

1.1.1 Delimitación del problema

El proyecto se desarrolla en el cantón Milagro, provincia del Guayas, Ecuador. Dentro de los límites rurales del cantón antes mencionado, específicamente en el Km 5 ½ vía a Naranjito (INEC, 2010)¹

¹ (INEC, 2010)

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Diseñar un plan de marketing, mediante la revisión estructural y organizacional de la pequeña empresa, para aumentar la competitividad y el reconocimiento del vivero “La Hiedra”.

1.2.2 Objetivos Específicos

- ✓ Identificar las falencias que existen en el proceso de producción y servicio, mediante encuestas, para identificar los errores que presenta el vivero “La Hiedra” estructural y organizacionalmente.
- ✓ Mejorar la calidad del producto y su respectivo servicio, mediante capacitaciones regulares al personal, para poder optimizar el servicio y posicionar nuevamente el vivero en el mercado.
- ✓ Implementar un plan estratégico de Marketing, enfocado a la búsqueda y captación de nuevos nichos de mercado, para dar a conocer los nuevos y mejorados servicios que brinda el vivero “La Hiedra”

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO

2.1 Marco teórico y referencial

2.1.1 Marco Teórico

Se denomina vivero a un terreno dedicado a la multiplicación y cría de plantas hasta el momento en que están suficientemente fuertes y formadas para ser plantadas en su terreno de asiento o ser vendidas (Wordreference, 2005)²

Otra definición es; áreas dedicadas a la producción de plantas de diversos tipos (Macias, 2001)³

Existen varios tipos de viveros, estos se clasifican por su área de ubicación, por el tipo de plantas que se cultiva, según su movilidad, por sus objetivos y finalidades que posea, se destacan principalmente:

- ✓ **Los viveros forestales**, este tipo de viveros se encargan de la reproducción de especies destinadas a la industria maderera y arbolado público.
- ✓ **Los viveros de frutales**, este tipo de viveros se encargan de la reproducción de especies destinadas a la obtención de frutas variadas.
- ✓ **Viveros al exterior**, este tipo de viveros se encarga de la reproducción de plantas que estarán al aire libre, normalmente estas plantas pueden ser utilizadas en espacios de recreamiento urbano, como parques, o aceras
- ✓ **Viveros de interior**, este tipo de viveros se encarga de la reproducción de plantas que estarán ubicadas en invernaderos o túneles
- ✓ **Viveros no comerciales o privados**, este tipo de viveros se encarga de la reproducción de múltiples tipos de plantas, generalmente este tipo de viveros se ubica en lugares públicos o privados (casonas, consejerías, particulares), donde se reproducen especies para su propio interés recreativo.

² (Wordreference, 2005)

³ (Macias, 2001)

- ✓ **Los viveros ornamentales**, este tipo de viveros se encargan de la reproducción de plantas decorativas de interior y exterior, con fines de ornamento o armonización de espacios (DIRECCIÓN PROVINCIAL DE EDUCACIÓN TÉCNICO PROFESIONAL , 2001)⁴

Ubicación de un vivero

Para poder obtener la ubicación idónea de un vivero, se debe tener en consideración varias características esenciales para una correcta toma de decisiones, estas consideraciones se deberán considerar en cualquier tipo de vivero tanto en los viveros hortícolas, frutícolas, etc.

- ✓ **CLIMA**

Las plantas necesitan condiciones básicas de temperatura, humedad y radiación para poder crecer, desarrollarse adecuadamente, y reproducirse. Cada especie vegetal, de manera particular necesita ciertas condiciones específicas, pero en general deben ser moderadas, es decir ni mucho de esto o aquello.

Las especies ornamentales, florales, de interior, entre otras, generalmente se cultivan en ámbitos controlados y regulados (Jimenez, 2002)⁵

- ✓ **SUELO**

Las estaciones, de invierno y primavera, son las épocas de mayor riesgo de absorción de agua por parte de los suelos (también conocida como la acumulación), por lo tanto el suelo elegido debe tener un drenaje superficial de calidad, que permita a la acumulación distenderse y ser pasajera, el poco tiempo de esta acumulación no permitiría que las plantas se asfixien, y por lo tanto no se tendría pérdidas en la producción. Algo que se debe tener en cuenta al momento de realizar la elección del suelo, es que no debe ser un suelo gastado, es decir, que haya sido

⁴ (DIRECCIÓN PROVINCIAL DE EDUCACIÓN TÉCNICO PROFESIONAL , 2001)

⁵ (Jimenez, 2002)

utilizado previamente por muchos años para la agricultura, pues estos ya no poseen los nutrientes necesarios para sacar a flote una producción nueva (Jimenez, 2002)

✓ **AGUA**

El agua es vital para el crecimiento y desarrollo correcto de las plantas a sembrar en el vivero, por esto es importante contar con suficiente agua de buena calidad, la necesaria para completar el requerimiento de las diferentes especies. La forma correcta de proporcionar agua a las plantas, es según su necesidad, identificar la necesidad de cada especie nos evitara caer en un error grave, el exceso.

Mientras menor sea el tamaño de la planta, será más difícil determinar el déficit y exceso de agua, es necesario que un experto controle la conexión de regado que estará en el vivero.

La forma más sencilla de determinar esto es observando sus hojas y la humedad del sustrato de cada especie, tenemos entonces dos opciones:

Por observación de hojas:

1. Si se observan hojas marchitas, flácidas o decaídas, se debe regar con más abundancia.
2. Si se observan hojas firmes o con alto nivel de clorofila (color verde muy vivo) sabremos que la planta está bien hidratada, y que no requiere más agua.

Por tacto en el sustrato:

1. Si al introducir un dedo en el sustrato, divisamos tierra húmeda, la planta se encuentra bien o ligeramente saturado de agua, no se debe regar.
2. Si al introducir un dedo en el sustrato, sale sin ningún tipo de suciedad, quiere decir que está seco y se debe regar agua a la brevedad.

Por último, pero no menos importante, la calidad con la que se riegue las plantas, jugara un papel de mucha importancia, debe utilizarse agua potable⁶

✓ **ACCESOS Y CAMINOS**

⁶ (Macias, 2001)

Se debe tener la preparación adecuada de las vías, tanto para entrar y salir de los terrenos, un gasto innecesario en transporte o los insumos que este implica (autos, tractores, gasolina, mantenimiento) aportaría de manera negativa el crecimiento de una pequeña empresa (Jimenez, 2002)

CONSIDERACIONES PREVIAS A LA INSTALACIÓN DE UN VIVERO

Identificar el ciclo del cultivo:

Lo primordial para empezar la producción es entender el ciclo del cultivo, de la zona elegida; una vez identificado el ciclo con el que se regirá la producción, se escogerá el tipo de plantas con las que empezara la producción.

Distancia a los materiales necesarios:

Los insumos necesarios para la producción a realizarse deben tener un lugar de reabastecimiento cercano, para evitar que sucesos imprevistos puedas dañar nuestra producción, nos referimos principalmente a las plagas o insectos que perjudican las plantas.

Disponibilidad de mano de obra:

Durante el ciclo que dure la producción, se debe tener la mano de obra adecuada, personal capacitado y entrenado para el manejo y cuidado diario de las plantas.

Caminos transitables con vehículos todo el año:

Las condiciones climáticas del sector en el que está ubicado el negocio, no deberían ser razón para evitar que la producción pare su abastecimiento o su venta, en el caso de no tener un camino transitable establecido, se podría tener otras opciones, como el abastecimiento aéreo o la entrega personalizada por avionetas

Exposición a luz:

La exposición a la luz, es una carta que puede jugar de ambos lado, positivo y negativo. Positivo porque existen plantas como los girasoles, que necesitan de abundante exposición al sol, y negativo porque existen plantas más delicadas que no deben exponerse al sol por mucho tiempo. Lo adecuado para esta situación es, naturalmente, separa ambas especies, y en su defecto crear un invernadero cerrado para proteger a las plantas más delicadas.

Protección contra el viento:

Para las plantas de raíces más superficiales, lo ideal es la reproducción en invernaderos cerrados, lo cual evita que se produzcan pérdidas por la exposición al viento.

Identificar nicho de mercado:

Antes de empezar la selección de semillas, es necesaria captar la necesidad de nuestro mercado, es decir, identificar las plantas que más se demandan en nuestra zona de comercialización, esto permitirá asegurar la venta de nuestra producción.

Calidad de las semillas:

Dependiendo de la estación, se escogerán las plantas más adecuadas, la obtención de semillas de calidad y con garantía de origen es necesaria, luego de esto se preparará el terreno para que empiece a canalizar los nutrientes, lo más recomendable es empezar lentamente, es decir, que las primeras producciones de cultivo, no sean masivas, pues se podría atrofiar el suelo.

Distancia a destino final de las plantas:

La venta de las plantas, es la parte final de nuestro ciclo de reproducción, por ende, la entrega de las mismas, debe ser puntual y responsable. Los camiones que transporten las plantas deben estar adecuados para recorrer las distancias necesarias y que el producto llegue fresco e inmaculado.

Enriquecimiento del suelo:

Las variedades selectas de semilla, harán que nuestro suelo se enriquezca, esto le dará un mayor valor a nuestra producción, pues crecerá de manera sana y correcta, preparando el suelo para las venideras producciones, que irán creciendo exponencialmente según la forma de inversión que hayamos escogido (Viveros forestales, 2001)

DISEÑO Y DIMENSIONES DE LAS INSTALACIONES.

En general las instalaciones fundamentales son:

- ✓ **Instalaciones para la reproducción y conservación:** Laboratorios en donde se llevan a cabo, la germinación de las semillas, y otros procedimientos de calidad en cuanto a las especies, tales como el congelamiento de semillas y bulbos

- ✓ **Instalaciones de cultivo:** En estas instalaciones se realiza el cultivo del material obtenido por la reproducción.
- ✓ **Deposito o Bodega:** aquí se almacenara todo tipo de insumos necesarios para la plantación, cuidado y cosecha, es decir todos los procedimientos que se lleven a cabo antes, durante y después en los campos.
- ✓ **Hectáreas de plantación:** áreas para la preparación de plantas, clasificación o expedición de material.
- ✓ **Oficinas, edificio administrativo, baños, entre otros** (Viveros forestales, 2001)⁷

ESPACIOS NO CONSTRUIDOS

- ✓ **Los caminos:** Áreas improductivas pero necesarias, para el traslado de personal y producto.
- ✓ **Zonas de cultivo:** Hectáreas destinadas a la plantación o colocación del material vegetal
- ✓ **Cuadros de multiplicación:** reciben las semillas, estaquillas, acodos, por lo que su suelo se enriquece, es fértil, ligero, y abundante en nutrientes y agua.
- ✓ **Cuadros de trasplante:** Aquí se producen plantas de grandes dimensiones, son necesarios suelos francos y pesados, profundos.
- ✓ **Depósito:** Aquí estarían la grava, tierra, estiércol, paja etc (Viveros forestales, 2001)

INSTALACIONES EXTERIORES.

- ✓ **Cerramientos:** Necesarios para proteger los cultivos de los robos, animales, etc.

2.1.2 Antecedentes Históricos

Conocida como la tierra de las piñas, la tierra dulce, o la tierra de la caña de azúcar, Milagro es uno de los cantones más prósperos de la provincia del Guayas. Este pequeño cantón se erige imponente a pesar de los múltiples problemas que se tuvo en

⁷ (Viveros forestales, 2001)

el proceso de evolución, con su gente siempre trabajadora, Milagro creció en el comercio y la agricultura, no por palabras necias sería conocida como la dueña de uno de los sectores más fértiles de toda la costa ecuatoriana.

De acuerdo a las investigaciones realizadas por los señores Arqueólogos Julio Viteri Gamboa y Emilio Estrada Icaza, hace 2400 años vivieron en estas tierras los habitantes de varias tribus, la tribu MilagroQuevedo o de Las Tolas. Desde la época de la invasión española a este sector se lo conoció como Chirijo, que significa “Arboleda” en idioma Cayapa⁸.

En 1786 se produce la sorprendente curación, de una “extraña enfermedad”⁹, de Doña María de Salcedo, por intermedio de un indígena herbolario Chirijo que la médica, luego de la plegarias elevadas a San Francisco de Asís por la familia de la matrona. En agradecimiento, Miguel de Salcedo, Ex –Oidor de la Real Audiencia de Quito pide se cambie el nombre de esta zona geográfica. El 15 de Diciembre de 1786, relata Díaz⁵, se funda la Villa San Francisco de El Milagro.

El cantón Milagro es cantón desde el 17 de septiembre de 1913¹⁰ y hasta hoy, ha cumplido 103 gloriosos años de cantonización.

En la entrada de esta ciudad, se puede visualizar, uno de sus motores económicos, el ingenio Valdez se deja ver desde lejos, viejo amigo de esta ciudad, se inauguró en 1884 por Rafael Valdez Cervantes ¹¹

Este ingenio, fue también uno de los motores para que se funden pequeñas empresas dedicadas al cultivo de plantas ornamentales, siendo un negocio prospero, al contar con más de 80 especies nativas de la Costa que visten la naturaleza del Cantón¹².

Esta prospera población tiene un capítulo especial dentro de la historia ecuatoriana por sus tradiciones, las que han venido transmitiéndose de generación en generación, y es por eso, que aún se conserva la tradición de los viveros, la agricultura, y el comercio

⁸ (Archivo historico del Guayas, 2002)

⁹ Los síntomas correspondían a la hoy conocida como Paludismo o “fiebre amarilla”

¹⁰ (Estrada, 2003)

¹¹ (Compañía Azucarera Valdez S.A, 2016)

¹² (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN MILAGRO, 2012)

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Tema: Análisis de la Identidad Visual del “Vivero Santa María”

Autor: Dalia Flor de María Ayala Clavel y Mercedes Guadalupe Meléndez

Resumen:

(Ayala & Melendez, 2004) Este proyecto tiene como objetivo, identificar la proyección de este vivero en el mercado, y conectar los pensamientos de sus clientes, con la imagen corporativa que perciben de la empresa, para poder establecer un sólido posicionamiento en el mercado, y explayar la empresa en el ámbito de las exportaciones.

Capítulo 1: Se recoge la información mediante estadística descriptiva, se utilizan varias variables con las que se busca entender los diferentes aspectos que puede percibir el usuario sobre la imagen de la empresa.

Capítulo 2: S desarrolla un plan estratégico de comunicación para afrontar las falencias que se pudieron detectar en el primer capítulo, este plan también contiene las posibles soluciones para mejorar el posicionamiento y unificar la identidad gráfica de la empresa, fortaleciendo la fidelidad de la cartera de clientes ya establecida y generando el primer contacto con el mercado potencial.

Esta investigación es un referente de suma importancia para nuestra investigación, pues nos ayudaría a comprender como se manejan las relaciones con el usuario, en miras de un posicionamiento y posterior búsqueda de un nicho de mercado no explotado.¹³

Tema: Plan de marketing estratégico para viveros El Tambo LTDA.

¹³ (Ayala & Melendez, 2004)

Autor: Antonio Joaquín Alegria Volmar y Juan Horacio Crant Loyer

Resumen:

(Alegria & Juan, 2006) El cambio dinámico del mundo globalizado, en el que se han visto envueltas muchas empresas familiares tradicionales, es una de las principales motivaciones para este proyecto, pues busca ser un punto de referencia para poder monitorear continuamente los diferentes aspectos de la evolución de una empresa, sin caer en métodos obsoletos, que no permitan optimizar los recursos humanos y los insumos que se utilizan en la producción.

En el caso de vivero El Tambo, fue necesario replantearse los términos estratégicos y operativos para poder seguir manteniéndose vigente el mercado, el principal objetivo, con el presente estudio, fue formular un plan de marketing estratégico para la empresa, además también se identificó claramente la industria, el mercado de referencia, además de las estrategias de cobertura y desarrollo.¹⁴

Tema: Análisis y propuesta de mejora de un vivero de planta ornamental en alba

Autor: José Manuel Paredes Chilet

Resumen:

(Paredes, 2014) En este proyecto se ha realizado un análisis y posterior propuesta de mejora de un vivero ornamental, también un estudio de la posibilidad de exportación a países emergentes.

Este proyecto surge de la necesidad de mejorar el desempeño de una empresa familiar, dedicada a la producción y distribución de plantas ornamentales.

Primeramente se ha realizado un análisis del sector en el cual se ubica esta empresa, estudiando los antecedentes del area, tanto a nivel nacional como autonómico. Posteriormente se ha realizado un estudio tanto del Macroentorno como del

¹⁴ (Alegria & Juan, 2006)

Microentorno, También se desarrolló una tabla de competencias del área, luego se ha procedido analizar e intentar mejorar cada una de las áreas que forman parte de esta empresa familiar, haciendo hincapié en el área de operaciones (cadena de producción), recursos humanos, marketing y finanzas.

Una vez se hubo consolidado la información necesaria, se ha centrado en la opción de la exportación, de manera que se pueda extender el portafolio de clientes.¹⁵

2.2 Marco Metodológico

2.2.1 Tipo y diseño de investigación y su perspectiva general

La metodología que utilizara esta investigación, será de campo, es decir, se trabajará en un entorno natural, directamente en las instalaciones del vivero “La Hiedra” ubicado en el Km 5 ½ vía a Naranjito, en el Cantón Milagro, ya que desempeñan un papel fundamental, siendo la fuente para la obtención de datos importantes que se analizaran, los mismos que se compilan con participación e interacción directa de el propietario.

2.3 Población y Muestra

2.3.1 Características de la población

Según el censo de población y vivienda de 2010, el canton Milagro tiene ciento sesenta y seis mil seiscientos treinta y cuatro (166.634) habitantes, de los cuales ochenta y tres mil trescientos noventa y tres (83.393) son mujeres, y ochenta y trescientos mil y doscientos cuarenta y un (83.241) son hombres (INEC, 2010).

Las principales actividades que desempeñan los Milagreños, están centradas en el comercio y la agricultura, esta última ha evolucionado en varias actividades, siendo la creación de Viveros, una de las más exitosas.

2.3.2 Delimitación de la población

Nuestra población se encuentra ubicada en Milagro, específicamente la zona rural de este cantón. Obtendremos información, tanto de los clientes como del el personal que labora en el vivero “La Hiedra”, ubicado en el Km 5 ½ vía a Naranjito, del Cantón Milagro.

¹⁵ (Paredes, 2014)

2.3.3 Tipo de la muestra

Para poder estudiar nuestra población, utilizaremos el tipo de muestreo aleatorio estratificado, entonces dividiremos nuestra población en dos secciones; una parte de la población será muestreada en el personal que labora en el vivero, y la otra sección de la muestra estudiara a los clientes. Cada uno de estos grupos será muestreado aleatoriamente, obteniendo así una parte que sea proporcional a la muestra. Utilizamos este tipo de muestra ya que queremos determinar la visión de cada sección según varias variables.

2.3.4 Tamaño de la muestra

Ya que el personal del vivero, consta tan solo de 10 trabajadores, se realizaran entrevistas, por separado, a la mitad de ellos. Las personas serán elegidas mediante un muestreo aleatorio simple.

En cambio para poder saber el tamaño de la muestra, en la sección de clientes, aplicaremos la siguiente información, se tiene en cuenta que, el vivero “La Hiedra” posee fijamente dentro de su cartera de clientes a 56 personas y empresas, la heterogeneidad de la esta muestra es del 50%, con un margen de error del 30% y un nivel de confianza del 95%, tenemos como resultado un total de 10 personas a encuestar.

2.4 Métodos y Técnicas

2.4.1 Métodos teóricos

Método Deductivo: La deducción es el método que permite pasar de afirmaciones de carácter general a hechos particulares, proviene de deductivo que significa descender (Ruiz, 2007)

Entrevista

Se puede comenzar definiendo el concepto de entrevista como un acto comunicativo que se establece entre dos o más personas y que tiene una estructura particular organizada a través de la formulación de preguntas y respuestas. La entrevista es una de las formas más comunes y puede presentarse en diferentes situaciones o ámbitos de la vida cotidiana. (Definicion ABC, 2007)

2.5 Resultados

Para la obtención de resultados, se ha escogido las diferentes formas de recolección de datos, que más se adaptan a las necesidades de nuestra investigación y al propósito del proyecto. Se eligió la técnica de la entrevista, para poder entender mejor las opiniones de ambas partes (empleados y clientes) y poder determinar las verdaderas falencias que se estaban suscitando.

APLICACIÓN DE LA ENTREVISTA Ejemplo 1

PREGUNTAS	RESPUESTAS
	Entrevistado: Sr. Rafico Cacerez Cargo: Cliente
¿ Le gustaría que la zona de los viveros de la vía Milagro Naranjito sea reconocida como parte turística del Ecuador	Sería bueno porque de esa manera el comerciante de este sector tendría más afluencia de personas y tendrían un mejor volumen de venta.
¿Actualmente usted adquiere sus plantas en el vivero la Hiedra constantemente o en otro lugar	Por lo general como comerciante de plantas siempre compramos en el vivero la hiedra y a su vez lo que no encontramos en dicho vivero lo conseguimos en otro vivero
¿ En los servicios que ofrece la el vivero la hiedra del Cantón Milagro que le gustaría que se incremente como valor agregado	Me gustaría que se me incrementara como valor agregado una pequeña explicación de cómo poder darle el mismo cuidado que ellos tienen sobre sus plantas al momento de presentarse ciertas enfermedades en la variedades plantas que ellos manejan
Cree usted que el vivero la Hiedra del Cantón Milagro cuentan con todas las variedades de plantas terminadas y listas para su comercialización	En realidad el vivero no cuenta con todas las variedades de plantas debido a que tenemos que conseguir en otro vivero lo que el vivero la Hiedra no tiene ese momento.
De acuerdo a los precios de diferentes plantas que ofrece el vivero la Hiedra del Cantón Milagro cree usted que son: Razonables, elevados o regulares	Son razonables con relación a otros viveros.

Ejemplo 2

PREGUNTAS	RESPUESTAS
	Entrevistado: ANONIMO Cargo: Empleado
¿Cuántas capacitaciones reciben al año?	No recibimos capacitaciones, pero sabemos atender bien al cliente, siempre nos hacen hincapié en eso.
¿Es consciente de todo lo que ofrece el local?	Casi todo, si hay cosas que se nos suelen pasar por alto, somos humanos. Lo bueno es que tenemos buenos compañeros, nos apoyamos en todo
¿Ha tenido algún tipo de problema con algún cliente por esto?	Hay clientes y clientes, hay personas que si son pacientes, y las hay que no.
¿Cree usted que el local necesita de publicidad?	Si, antes de trabajar aquí, no sabía que existía *risas*
¿Qué tipo de publicidad usted implementaría?	Por Facebook, pana. Ahí se ve de todo, le llega a la gente. También por Instagram y otras redes sociales, eso es lo de ahora

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1 Descripción de la Propuesta

3.1.1 Diagnostico

Luego de entender la verdadera problemática, detrás del decrecimiento comercial que estaba ocurriendo con esta pequeña empresa, podemos aplicar diferentes acciones para estimular la rápida evolución y reintegración de la misma al mercado, teniendo como visión a futuro, el invadir nuevos nichos de mercado, con miras a la exportación.

3.2 Análisis FODA

Fortaleza

1. Semillas y germinación de buena calidad
2. Brindamos buena atención a nuestros clientes.
3. Variedad de precios, y promociones
4. Buena atmosfera de trabajo.

Oportunidades

1. Oportunidad de expansión en el mercado.
2. Oportunidad de crecimiento en el exterior
3. Habilidades adquiridas por parte del personal.
4. Utilización de social media y otras tecnologías para potenciar las posibilidades comerciales nuestra empresa.

Debilidades

1. Escases de recursos financieros.
2. Competencia posesionada en el mercado.
3. Deficiencia de espacio para el inventario.
4. Falta de vehículos para la venta de los productos.
5. Poco tiempo en el mercado.
6. Poca promoción a través de medios publicitarios.

Amenazas

1. Economía inestable del país.
2. Competencia con productos similares a menor costo.
3. El crecimiento del mercado es lento.
4. Factores ambientales.

3.2.1 Matriz FOFADODA

La matriz FOFADODA se desarrolla en base a los cuatro pilares fundamentales de un análisis FODA. De manera combinada, este tipo de análisis busca establecer conexiones entre cada variable, descriptivamente FO, es el resultado de combinar “fortalezas y oportunidades”, y busca definir las fortalezas internas de la empresa para explotarlas en el mercado. FA es el resultado de la combinación de “fortalezas y amenazas”, y su fin es minimizar los impactos que pueda ocasionar la competencia, mediante estrategias de respaldo, propias de la empresa.

Do combina “debilidades y oportunidades” y tiene como objetivo aprovechar los factores externos positivos, e implementarlos como nuevas suficiencias empresariales, Da combina “debilidades y amenazas” la naturaleza negativa de esta combinación, busca anticipar cualquier calamidad que se pueda provocar dentro de las capacidades de la empresa, y fuera en el mercado.

Estrategias FO:

- ✓ Ofertar plantas de calidad garantizada
- ✓ Aumento del espacio físico
- ✓ Ofrecer diversidad de descuentos

Estrategias FA:

- ✓ Implementar formas de pago electrónico
- ✓ Publicitar con estrategias de social media

- ✓ Añadir un manual de funciones para el personal

Estrategias DO:

- ✓ Estimular la rotación de productos, entre temporadas
- ✓ Nueva decoración y mobiliario
- ✓ Incorporar un sistema moderno de riego
- ✓ Incorporar un sistema moderno de CCTV

Estrategias DA:

- ✓ Mantener al personal capacitado
- ✓ Brindar asesoramiento al escoger el tipo de producto que desea el cliente'
- ✓ Establecer un plan de contingencia.

Principalmente la propuesta se basa en los siguientes puntos:

- ✓ Mejoramiento de la calidad del servicio
- ✓ Mejoramientos de las instalaciones del vivero
- ✓ Plan de MKT
- ✓ Reintegración al mercado

3.3 Desarrollo de la propuesta

PLAN DE MARKETING

VIVERO "LA HIEDRA"

Misión:

Somos una microempresa que ofrece productos y servicios de calidad, con la finalidad de satisfacer los requerimientos de nuestra demanda.

Visión:

Proyectar una imagen corporativa, de acuerdo a nuestros valores institucionales, con el fin de crecer positivamente y aportar a la sociedad Milagreña

Valores institucionales y éticos:

La responsabilidad, el compromiso y la perseverancia, que nos han caracterizado durante estas dos décadas, es lo que queremos transmitir siempre a nuestra clientela, un servicio correcto y buena calidad del producto, a un precio accesible, es nuestra visión del futuro.

Estrategia #1:

La primera propuesta de este proyecto es realizar capacitaciones al personal del vivero, pues se detectó, que muchas veces no se concretaban ventas, por la falta de información de estos. Así que con una adecuada formación, el personal estaría mejor capacitado para poder entender las necesidad del cliente, y consumir las ventas.

Los aspectos que se deben mejorar por parte del personal, según los resultados que arrojaron las encuestas, son:

- ✓ Servicio al cliente, la rapidez y eficacia, con las que se atiende; así como el trato que se brinda al momento de entablar conversación.
- ✓ Carisma, una sonrisa siempre alegra el día del comensal, es por esto que se debe generar un ambiente de armonía entre las relaciones que se entablen con el cliente.
- ✓ Preparación en cuanto a los productos en stock, tener en cuenta toda la información relevante sobre los productos, incluye la información necesaria sobre el cuidado de las diferentes especies que posee el vivero a la venta.

Tabla 1 Estrategia #1

OBJETIVO ESTRATEGICO	TÁCTICA	RESULTADO ESPERADO	
	¿Como?	¿Para qué o qué?	¿Cómo se medirá?
Capacitaciones al personal	Constantes charlas informativas	Capacitar en calidad del producto y servicio	Capacitaciones orales y de campo

METAS			
2017	2018	2019	
Generar el presupuesto, de manera que se pueda financiar durante el segundo periodo semestral del año.	Administrar semestralmente, capacitaciones y medir respectivamente cada una de ellas	Manejar como habito empresarial, las constantes mejoras mediante charlas, seminarios u otros.	
	Seminarios	Implementar constantemente información nueva	Instructivos generales
	Roles de liderazgo informativo y de competencias	Fomentar en la plantilla el deseo de mejorar constantemente y destacar como equipo	Mejoramiento del desempeño

Tabla 2 Metas estrategia #1

Además de mejorar la calidad del servicio del personal, se considera que debería invertirse en las instalaciones del negocio, renovar la imagen de este, podría catapultarlo de nuevo al mercado, y restablecerlo formalmente.

Tabla 3 Presupuesto estrategia #1

PRESUPUESTO	
Estrategia #1	
CAPACITACION AL PERSONAL	CANTIDAD
Charlas informativas	\$250
Seminarios	\$700
Roles de liderazgo informativo y de competencias	\$150
TOTAL	\$1100

- ✓ Nuevos invernaderos, mejores bodegas, mejores almacenes, reabastecimientos de insumos
- ✓ Renovar equipo de oficina, para mayor comodidad del personal
- ✓ Ampliar el número de baños disponibles, y dividirlos por géneros (hombre y mujer)
- ✓ Renovar el sistema de riego
- ✓ Renovar el cerramiento del establecimiento

Tabla 4 Estrategia #2

OBJETIVO ESTRATÉGICO	TÁCTICA	RESULTADO ESPERADO	
	¿Cómo?	¿Por qué o para qué?	¿Cómo vamos a medir?
Aumento y mejoramiento del espacio físico	Aumentar la capacidad física de las oficinas	Para implementar dos o más oficinas en donde se pueda manejar distintos departamentos	Cantidad de negociaciones realizadas
	Renovar el equipo de oficinas	Mayor comodidad de los clientes y del personal	Desempeño laboral
	Construcción de nuevos invernaderos	Mejorar y aumentar la producción de nuevas especies	Interés del mercado en los nuevos productos
	Renovar el sistema de riego	Mejorar y aumentar la producción de nuevas especies	Interés del mercado en los nuevos productos
	Ampliar el número de baños disponibles,	Mayor comodidad para el cliente y empleados	Encuestas sobre la calidad de la infraestructura

Tabla 5 Metas estrategias #2

METAS		
2018	2019	2020
Realizar el financiamiento completo, con el que se realizara la ampliación y mejoracion de las instalaciones	Realizar la ampliación del local en un 50%	Aumentar la cantidad de productos y servicios a ofrecer
	Realizar las mejoras respectivas de todas las instalaciones, incluidos los invernaderos	Contar con instalaciones más modernas e invernaderos funcionales al 100%

Tabla 6 Presupuesto estrategia#2

PRESUPUESTO	
Estrategia #2	
MEJORAMIENTO DE LAS INSTALACIONES	CANTIDAD
Renovar equipo de oficinas	\$3000
Construcción de nuevos invernaderos	\$2500
Renovar el sistema de riegos	\$3000
Ampliar el número de baños disponibles	\$300
TOTAL	\$8800

Con estas primeras dos inversiones, estaríamos listos para poder consolidar al vivero “La hiedra” en el mercado, con un plan de acción basado en MKT

- ✓ Estudio de mercado
 - ✓ Se empezaría con publicidad, en la fachada del vivero, empezar con publicidad que impacte. Se podría escoger un logo o una mascota que represente el espíritu del invernadero.
 - ✓ Crear un foco de atención a las afueras de las instalaciones, crear algo que atraiga la vista de los posibles clientes nuevos, por ejemplo: una fuente, un jardín armonioso, utilización de colores cálidos en la pintura.
 - ✓ Invertir tiempo en campañas publicitarias a través de social media, de esta manera se puede abarcar un nuevo nicho de mercado, especialmente en las comunidades contemporáneas.
-
- ✓ Folletos
 - ✓ Trípticos
 - ✓ Volantes
 - ✓ Anuncios en el periódico, radio o televisión

Tabla 7 Estrategia #3

OBJETIVO ESTRATÉGICO	TÁCTICA	RESULTADO ESPERADO	
	¿Cómo?	¿Por qué o para qué?	¿Cómo vamos a medir?
Marketing	Estudio de mercado	Establecer el perfil de nuestros clientes	Encuestas
	Publicidad escrita: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Folletos ✓ Trípticos ✓ Volantes ✓ Anuncios en el periódico, radio o televisión 	Captar la atención del mercado adulto	Aumento de visitas a las instalaciones
	Campañas publicitarias a través de social media: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Facebook ✓ Instagram 	Captar la atención del mercado joven	Aumento de seguidores a las diferentes cuentas creadas
	Foco de atención en la fachada del establecimiento	Crear un atractivo que impacte	Aumento de visitas a las instalaciones

Tabla 8 Metas estrategia #3

METAS		
2019	2020	2021
Aplicar de manera integral la publicidad, por todos los medios antes mencionados, y ver los primeros resultados en un plazo de 6 meses	Lograr establecer nuevamente la imagen corporativa del vivero	Posicionarse nuevamente en el mercado, de manera sólida.

Tabla 9 Presupuesto estrategia #3

PRESUPUESTO	
Estrategia #3	
PUBLICIDAD	CANTIDAD
Folletos	\$50
Trípticos	\$50
Volantes	\$50
Anuncios en periódicos, radio o televisión	\$400
Diseño de página web	\$150
Mantenimiento de página web y redes sociales	\$100
TOTAL	\$800

Tipos de Estrategias de Precios

- ✓ Más baratos que la competencia, y ganar por volumen de ventas
- ✓ Iguales a los de la competencia, y ganar posicionamiento en el mercado
- ✓ Valor agregado, promociones y servicios
- ✓ Implementar estrategias para llevar a cabo un mejor manejo de las negociaciones
- ✓ Técnicas y herramientas tácticas que permiten el crecimiento económico de la empresa

OBJETIVO ESTRATÉGICO	TÁCTICA	RESULTADO ESPERADO	
	¿Cómo?	¿Por qué o para qué?	¿Cómo vamos a medir?
Estrategia de precios	Precios más baratos que la competencia	Para ganar por volumen de ventas	Crecimiento o decrecimiento en la solvencia de la empresa
	Precios iguales que la competencia	Para ganar posicionamiento en el mercado	Crecimiento o decrecimiento en la solvencia de la empresa
	Valor agregado, promociones y servicios	Para ganar reconocimiento en el mercado	Encuestas
	Técnicas y herramientas tácticas	Implementar nuevas herramientas empresariales	Futuras inversiones

METAS		
2019	2020	2021
Alcanzar el punto de equilibrio económico, representando positivamente la situación económica e la empresa, pues representa que se ha recuperado lo invertido	Tener un aumento positivo en las ventas, alcanzar el crecimiento económico	Mantener la economía de la empresa en constante crecimiento

Tabla 10 Presupuesto general

PESUPUESTO	
CAPACITACIONES AL PERSONAL	CANTIDAD:
Constantes charlas informativas	\$250
Seminarios	\$700
Roles de liderazgo informativo y de competencias	\$150
	TOTAL:
	\$1100
MEJORAMIENTO DE INSTALACIONES:	CANTIDAD
Renovar el equipo de oficinas	\$3000
Construcción de nuevos invernaderos	\$2500
Renovar el sistema de riego	\$3000
Ampliar el número de baños disponibles,	\$300
	TOTAL:
	8800

PRESUPUESTO		
MARKETING		CANTIDAD:
Publicidad escrita:	Folletos	\$50
	Trípticos	\$50
	Volantes	\$50
	Anuncios en el periódico, radio o televisión	\$400
Publicidad a través de social media	Diseño de página web	\$150
	Mantenimiento de página web y redes sociales	\$100
		TOTAL:
		\$800
TOTAL DE PRESUPUESTO		\$10.700

3.2 Conclusiones

Durante 23 años, el vivero “La hiedra” tuvo un decrecimiento comercial, durante todos estos años ha logrado mantenerse, pero no ha logrado crecer más allá de lo que se hubiera querido, es notorio que la falta de adecuaciones en las instalaciones y el descuido por parte del personal administrativo y de ventas, desencadenó una serie de problemas que necesitan de arreglo inmediato.

Todo cambia, el dinámico mundo globalizado en el que vivimos, está en constante cambio, sin embargo, el vivero “La hiedra” aún conserva prácticas obsoletas, en su sistema financiero y su sistema de ventas.

Estas prácticas, rigurosamente llevadas a cabo durante mucho años, fueron las que mantuvieron a flote el negocio, sin embargo, del mismo modo, tuvieron su efecto negativo, pues la empresa no logró expandirse más.

Considero que implementado esta serie de recomendación, se podría lograr posicionarse en el mercado nuevamente a esta mini empresa, por ende, también se podría lograr expandirse mucho más, pues el objetivo es lograr el crecimiento del negocio, por el impulso de la calidad de su producto.

3.3 Recomendaciones

Llevar un registro contable de sus actividades comerciales, también comparaciones para establecer los cambios que se generan de un período a otro.

Aprovechar el potencial turístico del sector, implementando nuevos servicios, tales como:

- ✓ Visitas programadas, para visualizar el florecimiento de distintas especies
- ✓ Catación de sabores, de los vegetales sembrados en el lugar
- ✓ Visitas educativas y formativas (las escuelas siempre están interesadas en este tipo de actividades educativas)

Bibliografía

Pérez Porto, J., & Merino, M. (2012). *Definicion. DE*. Obtenido de Definicion. DE: <http://definicion.de/metodo-inductivo/>

(2001). En *Viveros forestales*.

Alegria, A., & Juan, C. (2006). Obtenido de http://dspace.utralca.cl/bitstream/1950/5334/1/alegria_volmar.pdf

Archivo historico del Guayas. (2002). Cuadro de poblaciones de indios de la Provincia de Guayaquil mencionadas hasta 1605.

Kopta, R; Kopta, R.F.; Ezquerro, M. 1996- Manual del Programa "Educar Forestando" Tomo 1. Córdoba. Fundación Ambiente, Cultura y Desarrollo.

Material educativo del Programa Pro Huerta - Componente Alimentación y Salud, preparado por Graciela Ríos y Elena Hidalgo. Colaboración: Susana Macías. INTA San Juan, 2001. Fuentes: "Guía de elaboración de confituras", Ing. Clara Contradí, C.R.C. INTA, 2001.- "Manzanas y membrillos al natural", EEA Mendoza, INTA, 1979.

Ayala, D., & Melendez, M. (2004). Obtenido de http://www.ujmd.edu.sv/images/PDF/ECC/TrabajosdeGraduacion/2010/2010_Vivero_Santa_Mar%C3%ADa.pdf

Compañía Azucarera Valdez S.A. (2016). Obtenido de <http://www.azucarervaldez.com/qsomos.html>

Crant, A. A. (2006). Obtenido de http://dspace.utralca.cl/bitstream/1950/5334/1/alegria_volmar.pdf

Definicion ABC. (2007). *Definicion ABC tu diccionario hecho facil*. Obtenido de Definicion ABC tu diccionario hecho facil: <http://www.definicionabc.com/comunicacion/entrevista-2.php>

DIRECCIÓN PROVINCIAL DE EDUCACIÓN TÉCNICO PROFESIONAL . (2001). Clasificación de viveros. En *Manual del vivero*. Buenos Aires.

Emilio, E. (s.f.). *Ensayo preliminar sobre arqueología de Milagro*. Milagro.

Estrada, E. (2003). Ensayo preliminar sobre arqueología de Milagro.

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN MILAGRO. (2012). Obtenido de http://www.guayas.gob.ec/dmdocuments/medio-ambiente/eia/EIA_ALCANTARILLADO_DE_MILAGRO.pdf

JIMENEZ PERIS F. J., et alt., 1993. Manual de diseño, manejo y mantenimiento de viveros forestales. AECI. GUATEMALA, 34 p.

PADILLA Q., F. 1987. Manual práctico de Viveros Forestales. Guatemala. Proyecto Madeleña, INAFOR-CATIE, 29 p.

INEC. (2010). Obtenido de

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>

Jimenez, F. (2002). En *Vvieros Forestales*.

Paredes, J. (2014). Obtenido de

<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/45660/TFC%20acabado%20092014%20bis.pdf?sequence=1>

Ruiz, R. (2007). Obtenido de <http://www.index-f.com/lascasas/documentos/lc0256.pdf>

Wordreference. (2005). Obtenido de

<http://www.wordreference.com/definicion/vivero>

ANEXOS

Tabla 11 Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Semillas y germinación de buena calidad</p> <p>Brindamos buena atención a nuestros clientes.</p> <p>Variedad de precios, y promociones</p> <p>Buena atmosfera de trabajo.</p>	<p>Oportunidad de expansión en el mercado.</p> <p>Oportunidad de crecimiento en el exterior</p> <p>Habilidades adquiridas por parte del personal.</p> <p>Utilización de social media y otras tecnologías para potenciar las posibilidades comerciales nuestra empresa.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Escases de recursos financieros.</p> <p>Competencia posesionada en el mercado.</p> <p>Deficiencia de espacio para el inventario.</p> <p>Falta de vehículos para la venta de los productos.</p> <p>Poco tiempo en el mercado.</p> <p>Poca promoción a través de medios publicarlos</p>	<p>Economía inestable del país.</p> <p>Competencia con productos similares a menor costo.</p> <p>El crecimiento del mercado es lento.</p> <p>Factores ambientales.</p>

Tabla 12 Matriz FO-FA-DO-DA

FO-FA-DO-DA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<p>Semillas y germinación de buena calidad</p> <p>Brindamos buena atención a nuestros clientes.</p> <p>Variedad de precios, y promociones</p> <p>Buena atmosfera de trabajo.</p>	<p>Escases de recursos financieros.</p> <p>Competencia posesionada en el mercado.</p> <p>Deficiencia de espacio para el inventario.</p> <p>Falta de vehículos para la venta de los productos.</p> <p>Poco tiempo en el mercado.</p> <p>Poca promoción a través de medios</p>
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<p>Oportunidad de expansión en el mercado.</p> <p>Oportunidad de crecimiento en el exterior</p> <p>Habilidades adquiridas por parte del personal.</p> <p>Utilización de social media y otras tecnologías para potenciar las posibilidades comerciales nuestra empresa.</p>	<p>Ofertar plantas de calidad garantizada</p> <p>Aumento del espacio físico</p> <p>Ofrecer diversidad de descuentos</p>	<p>Estimular la rotación de productos, entre temporadas</p> <p>Nueva decoración y mobiliario</p> <p>Incorporar un sistema moderno de riego</p> <p>Incorporar un sistema moreno de</p>

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FO-FA-DO-DA	<p>Semillas y germinación de buena calidad</p> <p>Brindamos buena atención a nuestros clientes.</p> <p>Variedad de precios, y promociones</p> <p>Buena atmosfera de trabajo.</p>	<p>Escases de recursos financieros.</p> <p>Competencia posesionada en el mercado.</p> <p>Deficiencia de espacio para el inventario.</p> <p>Falta de vehículos para la venta de los productos.</p> <p>Poco tiempo en el mercado.</p> <p>Poca promoción a través de medios</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<p>Economía inestable del país.</p> <p>Competencia con productos similares a menor costo.</p> <p>El crecimiento del mercado es lento.</p> <p>Factores ambientales.</p>	<p>Implementar formas de pago electrónico</p> <p>Publicitar con estrategias de social media</p> <p>Añadir un manual de funciones para el personal</p>	<p>Mantener al personal capacitado</p> <p>Brindar asesoramiento al escoger el tipo de producto que desea el cliente'</p> <p>Establecer un plan de contingencia.</p>

Tabla 13 MATRIZ DE PROBLEMATIZACION

FALTA DE CAPACITACION EN EL PERSONAL	Poca información brindada al momento del servicio	La ventas disminuyen a falta de conocimiento previo a las plantas adquiridas, o precios de ventas de cada una	Aplicar capacitaciones a los empleados de manera regular
REGISTRO DE STOCK POR TEMPORADAS	No existe un inventario de las plantas que se tiene por temporadas	Se producen errores al momento de vender ciertos productos	Realizar un inventarios completo, teniendo en cuenta la emporada o en su defecto, estaciones climáticas
IRREGULAR CARTERA DE CLIENTES	No existen contratos permanentes	No se tiene un registro estable de ingresos, y solvencia	Establecer negociaciones para contratos estables con compañías
ESPACIO FISICO REDUCIDO	Incomodidad en los clientes	Poca atracción en las instalaciones	Mejorar la infraestructura interna y externa del local

Matriz MEFI				
FACTOR INTERNO CLAVE	VARIABLES	PONDERACIONES	CLASIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO
Buena calidad del producto	Fortaleza	0.22	3	0.44
Buena imagen corporativa	Fortaleza	0.18	4	0.72
Incremento constante de las ventas (temporadas)	Fortaleza	0.15	4	0.45
Costos de producción altos	Debilidad	0.30	1	0.30
Poca variedad de productos	Debilidad	0.05	1	0.10
No se da capacitación a los empleados	Debilidad	0.10	2	0.30
TOTAL		1.0		2.31

Entrevista

Nombre: _____

Cargo: _____

¿Cuántas capacitaciones reciben al año?

¿Es consciente de todo lo que ofrece el local?

¿Ha tenido algún tipo de problema con algún cliente por esto?

¿Cree usted que el local necesita de publicidad?

¿Qué tipo de publicidad usted implementaría?

Entrevista

Nombre: _____

Cargo: _____

¿Le gustaría que la zona de los viveros de la vía Milagro Naranjito sea reconocida como parte turística del Ecuador?

-

¿Actualmente usted adquiere sus plantas en el vivero la Hiedra constantemente o en otro lugar?

¿En los servicios que ofrece la el vivero la hiedra del Cantón Milagro que le gustaría que se incremente como valor agregado?

¿Cree usted que el vivero la Hiedra del Cantón Milagro cuenta con todas las variedades de plantas terminadas y listas para su comercialización?

¿De acuerdo a los precios de diferentes plantas que ofrece el vivero la Hiedra del Cantón Milagro cree usted que son: Razonables, elevados o regulares?

Publicidad



Ilustración 1 Tarjeta de presentación



Ilustración 2 Plantas



Ilustración 3 Instalaciones

Figura 4: terreno

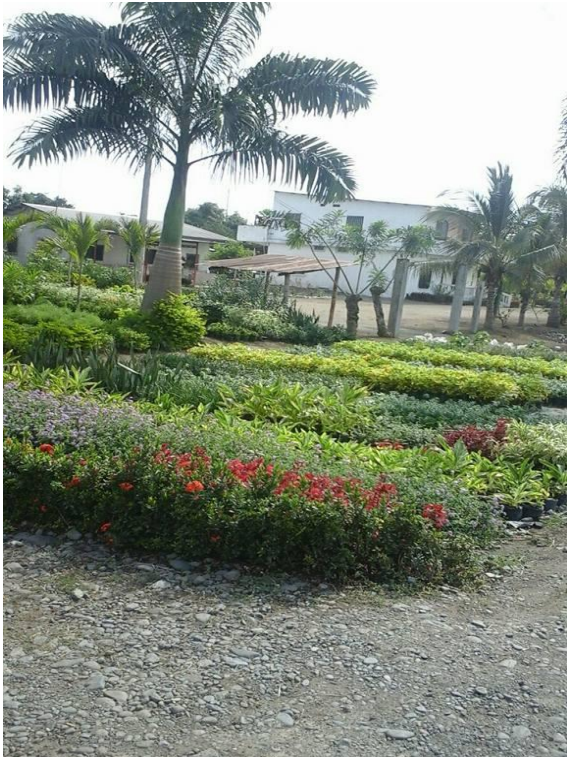


Ilustración 4. Instalaciones



Ilustración 5. Entregas



Ilustración 6. Regando plantas

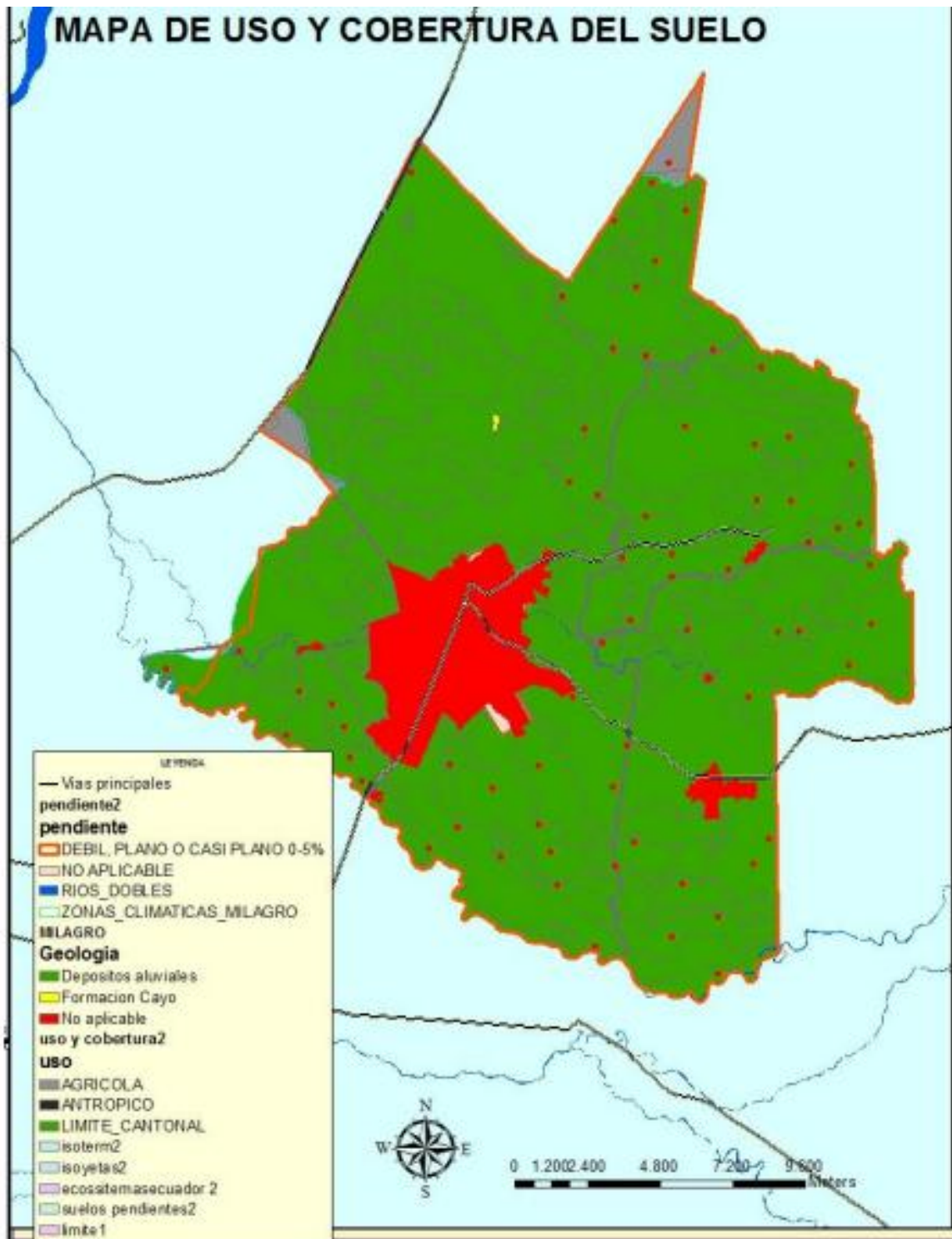
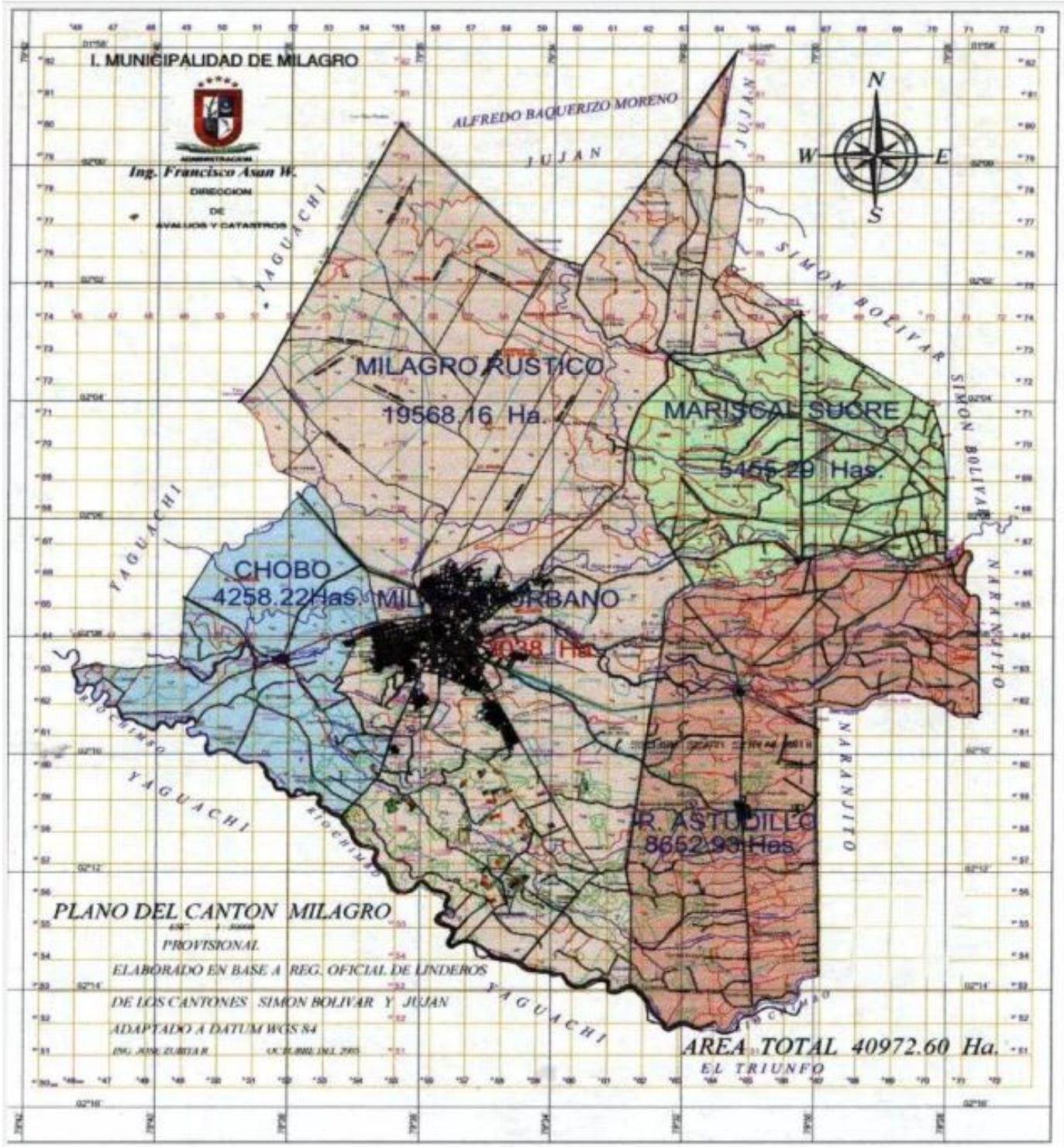


Ilustración 7. Mapa de uso y cobertura del suelo



PLANO GENERAL DEL CANTÓN MILAGRO, AÑO 2005.

Ilustración 8. Mapa de las zonas rurales Milagreñas

Urkund Analysis Result

Analysed Document: VERSION BETA.docx (D24210162)
Submitted: 2016-12-09 14:44:00
Submitted By: danielsanchez001@outlook.es
Significance: 6 %

Sources included in the report:

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/ff/3/FABRICIO_ZANZZI_-_MILAGRO.pdf
<https://teoriatuistica2013.files.wordpress.com/2013/03/definiciones.docx>
http://dspace.utalca.cl/bitstream/1950/5334/1/alegria_volmar.pdf
http://www.ujmd.edu.sv/images/PDF/ECC/TrabajosdeGraduacion/2010/2010_Vivero_Santa_Mar%C3%ADa.pdf
<http://www.definicionabc.com/comunicacion/entrevista-2.php>
<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/45660/TFC%20acabado%20092014%20bis.pdf?sequence=1>
<http://www.index-f.com/lascasas/documentos/lc0256.pdf>

Instances where selected sources appear:

12

Ilustración 9. REPORTE URKUND

