

3. **Plantas cactáceas como alternativas de regalo para la demanda ecológica**



Campaña Valeria 1, Hidalgo Gabriel 2, Medina Joselyn 3,

1 Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, vcampana@espe.edu.ec

2 Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, ghidalgo@espe.edu.ec

3 Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, jmedina@espe.edu.ec

Fecha de presentación: 03 de abril de 2017

Fecha de aceptación: 25 de abril de 2017

RESUMEN

La presente investigación consiste en identificar a las plantas de la familia cactácea, pertenecientes a las plantas ornamentales, como productos regalo con el fin de abastecer a la demanda ecológica. Las plantas cactáceas en la actualidad, son plantas muy cotizadas como regalos, pues cautivan a cualquier tipo de consumidor, debido a las cualidades que poseen, haciéndola única en su especie. Por ello se expone este tipo de producto al mercado, con el fin de crear conciencia ecológica en la ciudadanía, obteniendo además ideas alternativas para realizar cualquier regalo en cualquier ocasión. En la actualidad, el tema de la ecología y el reciclaje se encuentra en boga, es por esa razón que este tipo de propuesta, son la opción más escogida cada vez por más personas a la hora de dar regalos. Los artículos reciclados contribuyen a reducir la huella ecológica, a la sostenibilidad del planeta y a su vez a distinguirse entre la sociedad, mostrando una faceta solidaria y comprometida.

Palabras claves: Demanda ecológica, ideas alternativas, regalos ecológicos, cultura ecológica, sostenibilidad, huella ecológica.

ABSTRACT

The present research consists in identifying the plants of the cetacean family, belonging to ornamental plants; as gift products in order to supply the ecological demand. Cactus plants are nowadays very quoted as gifts, because they captivate any type of consumer, because of the qualities they possess, making it unique on its specie. This is the reason why this type of product is exposed to the market, in order to create ecological awareness in the citizenship, obtaining also alternative ideas to realize any gift in any occasion. Currently, the topic of ecology and recycling is in vogue, is for this reason that this kind of suggestions, are the most chosen choice for more and more people when giving gifts. The recycled articles contribute to reduce the ecological footprint, to the sustainability of the planet and in turn to distinguish between the society, showing a solidary and committed facet.

Keywords: Ecological demand, alternative ideas, ecological gifts, ecological culture, sustainability, ecological footprint.

1 INTRODUCCIÓN

Las cactáceas son plantas que se caracterizan por su enorme capacidad de almacenar agua por meses e incluso años; hasta el 90% de su cuerpo es agua, son jugosas, carnosas y con una alta capacidad de adaptación al medio ambiente.

Son unas plantas increíbles. Son muy fáciles de cuidar, y además poseen unas flores muy decorativas. Por si esto fuera poco, suelen tener un precio de venta muy bajo, por lo que no es difícil que acabemos teniendo una interesante colección en poco tiempo.

Esta familia de plantas es originaria de América y fueron introducidas en Europa a partir del descubrimiento del continente americano por Cristóbal Colón, se han extendido por todos los continentes por su atractivo como plantas ornamentales.

Constituyen el grupo de suculentas más amplio con aproximadamente 200 géneros y 2500 especies, todos ellos pertenecientes a la familia Cactácea.

Las flores de los cactus nacen de las aréolas, cada una de las cuales sólo puede producir una flor durante toda la vida de la planta. Como los cactus producen al crecer nuevas aréolas, pueden continuar floreciendo.

En la actualidad las plantas cactáceas han recobrado importancia en lo que a decoración se refiere, tanto dentro del hogar como en jardines exteriores. Poseen una gran popularidad y admiración por sus atractivas flores, sus extravagantes formas.

La mayoría de cactus pequeños son todo un negocio para los viveristas y las floristerías. Los cactus son ideales para decorar cualquier estancia, como la entrada al hogar o el salón.

Los más pequeños pueden estar dentro de casa, mientras que los que son de tamaño superior pueden ser plantados en tierra y sirven de decoración para el jardín.

Una ventaja de estas plantas es que las altas y bajas temperaturas no las afectan, tampoco las grandes variaciones entre el día y la noche. Esta es una de las razones por la cual se considera una especie muy fácil de cultivar.

Por ello muchas empresas alrededor del mundo han decidido emprender y un factor importante para esto es la facilidad con que las plantas resisten los cambios de temperatura.

El conocimiento de las Cactáceas es reciente, lo que hace que sus géneros estén en constante revisión, siguen apareciendo nuevas especies y es difícil que los botánicos se pongan de acuerdo en la clasificación. Por lo que constantemente se está revisando esa clasificación y variando las especies de un lugar a otro con la consiguiente abundancia de sinónimos.

Algunos de los cactus más famosos tenemos: el cactus Lithops o pata de elefante. Parecen piedras de diferentes colores y dan flores amarillas se ha convertido en el más curioso y original. El más resistente El Copiapoa cinérea soporta tanto la escasez de agua que puede pasar hasta ocho años sin lluvia. Los casos más extremos se encuentran en la costa de Chile. El más común La Mammillaria fue descrita por Carlos Linneo, botánico sueco del siglo XVIII, con más de 400 especies y variedades reconocidas, la mayoría de ellas procedentes de México. El más florido

Las Rebutias, con más de 40 especies provenientes de Bolivia y Argentina, son diminutos cactus de montaña. La mayoría crecen a una altitud de 2.000 metros y producen numerosas y enormes flores de vivos colores. El más vendido El Echinocactus grusoni es uno de los que más triunfan en las floristerías. Se le conoce como “asiento de la suegra”, por su forma redondeada y porque pincha mucho. Se compra por encargo.

Los cactus pequeños se venden mucho porque son llamativos y tienen muchos colores. Son divertidos a la hora de manipularlos. También son muy vendidos la Echeveria, con flores enormes, y los cactus injertos, que son dos cactus fusionados con curiosas formas y colores.

Existen algunos centros e instituciones que se dedican al cuidado de estas plantas como es la Sociedad Latinoamericana y del Caribe de Cactáceas y otras Suculentas fue fundada en 1989 y los estatutos oficiales se aprobaron en La Habana, Cuba, en el marco del V Congreso Latinoamericano de Botánica, en 1990. La misión de la SLCCS es fomentar y estimular la investigación científica en cactáceas y otras suculentas en Latinoamérica y el Caribe, apoyar iniciativas de conservación de estas plantas, divulgar la información generada a partir de los estudios realizados y contribuir a la formación profesional de personas interesadas en adquirir conocimientos básicos y aplicados sobre cactáceas y otras suculentas.

El Centro de Adopción de Plantas Mexicanas en Peligro de Extinción, ubicado en el Jardín Botánico (JB) del Instituto de Biología (IB) de la UNAM, que se creó con el objetivo de proteger las especies en peligro de extinción, la misma pone a disposición un número importante

Plantas cactáceas como alternativas de regalo para la demanda ecológica de especímenes que se encuentran en alguna categoría de riesgo: amenazadas, o bajo protección especial.

Los cactus se han convertido en algo diferente que obsequiar como una planta natural. Ante la carencia de agua en el planeta, estas plantas cobran relevancia debido a su capacidad de acumular agua; existen algunas variedades que se propagan de forma rápida y a bajo costo, también hay otras especies que por su misma biología requieren de mayor tiempo para crecer.

A nivel mundial, el tema ecológico y ambiental es vital para la sobrevivencia de los seres humanos, por ello, es necesario tener otras alternativas de subsistencia de ecosistema.

ANTECEDENTES DEL PROYECTO

En la actualidad la creciente demanda ecológica ha dado como resultado una reivindicación de prioridades para la sociedad, generando una serie de cambios en el diario vivir de las personas, así como en su forma de actuar a la hora de tomar decisiones. Lo que nos lleva a que, debido a los cambios ocurridos con el pasar de los años, se han desarrollado nuevas formas de pensamiento, pensamiento que podríamos llamar colectivo, ya que ahora, el individuo no solo busca un beneficio propio, sino el evitar alterar o generar algún tipo de desventaja en los demás seres involucrados en su accionar.

El concepto de modernización ecológica fue empleado, inicialmente, para designar un estilo, una vía de actuación en las políticas medioambientales de algunos países europeos durante los años ochenta. Christian Oltra (2010) en su investigación sobre “Modernización ecológica y sociedad del riesgo Hacia un análisis de las

relaciones entre ciencia, medio ambiente y sociedad “ señala que junto a la teoría de la sociedad del riesgo, la denominada «teoría de la modernización ecológica», desarrollada a partir de los años ochenta, se ha convertido en una de las perspectivas teóricas de mayor relevancia entre la sociología medioambiental de los últimos años, de manera que ha alcanzado en la actualidad un cuerpo importante de desarrollos teóricos y empíricos.

Debido a los cambios en el pensamiento socio ambiental, se presenta una demanda creciente de artículos relacionados con la ecología ya la adaptación de una parte de la naturaleza en lo cotidiano, una de estas formas ha sido la inserción de plantas al hogar, no solo como un objeto ornamental común, sino convirtiéndose en algo más significativo, es aquí donde entra el mercado de las plantas como un producto de gran demanda. Considerando a las plantas ya como un producto que posee su propio mercado se debe tener en cuenta de que, tradicionalmente, se han utilizado plantas como flores, arbustos entre otros, plantas que presentan ciertas características que denotan belleza, color, es decir que representa vida. Sin embargo en este último año se ha logrado concebir un nuevo tipo de decoración no tan común, como es el caso de los cactus y suculentas, que han resultado como una buena opción a la hora de regalar un pequeño presente, que no solo es decorativo sino que representa vida.

Países como México han adoptado este tipo de tendencias de regalo como posibilidad de conservación medioambiental, como es el caso del proyecto “Centro de adopción de plantas Mexicanas en peligro de extinción” que tiene como principales familias la cactácea. Otros proyectos,

desarrollados en México han logrado darle importancia en el mercado a esta familia de plantas, así lo mencionan Castillo & Pérez, (2010) en su investigación sobre “CONOCIMIENTO Y USO DE CACTÁCEAS POR FAMILIAS CAMPESINAS EN COXCATLÁN, PUEBLA”, que no solo involucra la participación activa en el cuidado medio ambiental, sino también el desarrollo de pequeñas comunidades que, a través de estas plantas, han logrado generar ingresos para sus familias. Las zonas áridas y semiáridas de México son ecosistemas de alta diversidad de plantas, con potencial de aprovecharse sustentablemente.

La diversidad de cactáceas se ha aprovechado principalmente en la alimentación, medicina y construcción, generalmente a nivel regional. Desafortunadamente los habitantes de las zonas áridas y semiáridas no tienen información actualizada acerca de técnicas para el uso y manejo sustentable de estos recursos, no obstante al conocimiento que se tienen de las diversas especies.

Proyectos e investigaciones como las ya mencionadas, dan como resultado un producto con un alto potencial en el mercado, que no solo busque un lugar como un bien más sino como un representación de la cultura conservacionista el cual resulta como objetivo primordial para la empresa Yura gifts.

MARCO TEÓRICO

Las teorías que respaldan esta investigación inician desde las perspectiva económica en las cuales se han tomado en cuenta las siguientes:

ECONOMÍA CLÁSICA DEL DESARROLLO

(Adam Smith, 1776), Representa el primer esfuerzo sistemático saldado con relativo éxito

por entender los orígenes y las causas de la riqueza de las naciones en su libro del mismo nombre. Smith resaltó el papel de la extensión del mercado para posibilitar la división del trabajo, que a su vez permite la especialización y el incremento de la productividad.

Principios utilizados de manera directa en el proyecto, para solventar su correcto desempeño y aceptación, aun cuando su enfoque es macroeconómico tiene relación directa con lo postulado por la teoría económica clásica.

TEORÍA DE LA DEPENDENCIA

Postulada principalmente por Raúl Prebisch es una teoría elaborada entre los años 60 y 70 por científicos sociales a la situación de estancamiento socio-económico latinoamericano en el siglo XX como una respuesta a la teoría de la industrialización de la CEPAL y a la teoría del desarrollo. La Teoría de la Dependencia utiliza la dualidad para exponer que la economía mundial posee un diseño desigual y perjudicial para los países no desarrollados, a los que se les ha asignado un rol de subordinación de producción de materias primas con bajo valor agregado, en tanto que las decisiones fundamentales y los mayores beneficios se realizan en los países centrales, a los que se ha asignado la producción industrial de alto valor agregado.

Los ejes principales sobre los que se rige esta propuesta son:

1. La existencia de relaciones desiguales de poder en donde la subordinación no sólo está en la dimensión económica sino también el plano político y cultural es decir determinan las relaciones comerciales y el desarrollo ampliado de la dependencia.

2. Las naciones pobres del sur proveen a

Plantas cactáceas como alternativas de regalo para la demanda ecológica

las naciones ricas de sus recursos naturales, su mano de obra barata y un destino ideal para la tecnología obsoleta, situaciones sin las cuales estas últimas naciones no podrían mantener el nivel de vida al que están acostumbrados.

3. Las naciones ricas buscan perpetuar el estado de dependencia por múltiples razones y por motivos por demás obvios. Esta influencia no se limita a lo económico, sino que va más allá, llegando a los político, mediático, educativo, cultural, deportivo y prácticamente cualquier aspecto que sea necesario para el desarrollo humano.

4. Las naciones ricas buscan eliminar cualquier intento de las naciones dependientes de resistir su influencia, mediante sanciones económicas o el uso de fuerza militar.

TEORÍA DE LA LOCALIZACIÓN

Postulada por von Thünen considera que debido a la distribución desigual de los recursos naturales limitados en el planeta, se genera condiciones diferentes para la producción de bienes de acuerdo a cada región y su dotación natural de recursos.

La explotación de estos recursos naturales escasos estratégicamente localizados, de acuerdo con la teoría, condujo a la especialización.

Se cita esta teoría ya que nuestro producto y su influencia en el mercado se basa en la especialización, diversificación y localización, factores de importancia en el desarrollo del proyecto.

NUEVA TEORÍA DEL COMERCIO O TEORÍA DE VENTAJA COMPETITIVA

Pretende examinar la competitividad de las industrias sobre una base global, en lugar de considerar factores específicos de los países

Plantas cactáceas como alternativas de regalo para la demanda ecológica para determinar su competitividad.

Michael Porter, señala que el factor esencial del éxito de la empresa reside en su posicionamiento estratégico. La empresa debe analizar las fuerzas en los países donde opera y considerar que son variables.

Según Porter los tipos de ventajas competitivas que se pueden observar en el mercado son:

El liderazgo en costos: o la capacidad de realizar un producto a un precio inferior a nuestros competidores

La diferenciación del producto: es decir la capacidad de ofrecer un producto distinto y más atractivo para los consumidores frente a los productos ofrecidos por nuestros competidores.

Michael Porter, señala que el factor esencial del éxito de la empresa reside en su posicionamiento estratégico.

DIAMANTE DE PORTER



Integración y globalización Autor: Maria Isabel Sanchez (2016)

Como se puede visualizar en la imagen, depen-

de de la estrategia, su estructura y la rivalidad de las empresas las condiciones de demanda, mismas que determinan los sectores afines y auxiliares, para posteriormente evaluar las condiciones de los factores de producción que pueden beneficiar o perjudicar al desarrollo del proyecto.

2

MÉTODOS

Las plantas de la familia cactácea han recobrado importancia en lo que a decoración se refiere, tanto dentro del hogar como en jardines exteriores.

Una ventaja de estas plantas es que las altas y bajas temperaturas no las afectan, tampoco las grandes variaciones entre el día y la noche. Esta es una de las razones por la cual se considera una especie muy fácil de cultivar.

En general la metodología de la investigación determina el enfoque de la investigación influyendo en instrumentos, y hasta la manera de cómo se analiza los datos recaudados. Así, el punto de los tipos de investigación va a construir un paso importante en la metodología, pues va a determinar el enfoque del mismo.

Pueden ser de cuatro tipos principales:

Estudios exploratorios: también conocido como estudio piloto son aquellos que se investigan por primera vez o son de estudio es muy poco investigados, también se emplean para identificar una problemática.

Estudios descriptivos: describe los hechos como son observados.

Estudios correlacionales: estudia las relaciones

entre variables dependientes e independientes o sea se estudia la correlación entre dos variables.

Estudios explicativos: este tipo de estudio busca el porqué de los hechos estableciendo relaciones de causa y efecto. (METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, 2013)

NATURALEZA DE SUS DATOS:

Su división es:

Metodología cuantitativa: Para cualquier campo se aplica la investigación de las Ciencias Físico-Naturales. El objeto de estudio es externo al sujeto que lo investiga tratando de lograr la máxima objetividad. Intenta identificar leyes generales referidas a grupos de sujeto o hechos. Sus instrumentos suelen recoger datos cuantitativos los cuales también incluyen la medición sistemática, y se emplea el análisis estadístico como característica resaltante.

Metodología cualitativa: Es una investigación que se basa en el análisis subjetivo e individual, esto la hace una investigación interpretativa, referida a lo particular. (METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, 2013)

Tomando en cuenta la información obtenida para la obtención de resultado la empresa YURA GIFTS utilizara el estudio descriptivo, la metodología cualitativa y cuantitativa.

La investigación descriptiva es frecuentemente usada como un antecedente a los diseños de investigación cuantitativa, representa el panorama general destinado a dar algunos valiosos consejos acerca de cuáles son las variables que valen la pena probar cuantitativamente.

Para la empresa es necesario conocer las situaciones, las costumbres y las actitudes de la so-

Plantas cactáceas como alternativas de regalo para la demanda ecológica
ciedad en la que vamos a desarrollar estas son las características que se van a describir, por ello se han realizado distintas etapas dentro de la investigación.

La lectura de las teorías ha sido necesaria para la aplicación de esta metodología, tanto en áreas ecológicas, como de publicidad para asegurar el ingreso del producto al mercado, que se ve reflejado dentro del marco teórico,

El proyecto fue basado en teorías anteriores, y datos previamente publicados para los cuales se realizó un análisis cualitativo y cuantitativo para así saber si el producto va a tener acogida o no en el mercado.

La expresión de datos se hizo en base a tablas y bosquejos en donde se puede apreciar todo la información.

Competencia internacional

Competencia nacional

Estrategias

Sector agrícola

Con ello se espera obtener todos los análisis necesarios para establecer el cumplimiento de objetivos y verificar la aplicabilidad del proyecto en el mercado.

3

RESULTADOS

Existen un sin número de matrices de investigación, que guían el proceso y desarrollo de cualquier estudio, es por ello que a continuación, se presentan las matrices que utiliza esta investigación:

MATRIZ DAFO

Esta matriz se encuentra constituida por 4 variables y estas son: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades. De estas cuatro variables las Fortalezas y las Debilidades hacen referencia a los factores internos de la empresa, es por eso que resulta más fácil y rápido obtener resultados que pueden ser controlados de manera eficaz, mientras que, las Amenazas y Oportunidades, se refieren a los factores externos de la empresa, que no pueden ser controlados fácilmente. Esta matriz sirve para crear estrategias ante los factores negativos que se encuentren en este análisis, por ello se considera que esta matriz es de suma importancia para esta investigación, pues se realizarán análisis a profundidad con el fin de encaminar a la empresa a un desarrollo continuo. (PROMOVE CONSULTORIA E FORMACIÓN SLNE, 2012)

D	Debilidades	F	Fortalezas
1	Falta de investigación de mercados	1	Objetivos claros y medibles
2	Falta de experiencia comercial	2	Buen sistema de comunicación
3	Instalaciones mal ubicadas	3	Imagen positiva ante los consumidores
4	Falta de liquidez	4	Buena atención al cliente
5	Situación organizacional	5	Estrategia de promoción
6	Falta de planificación	6	Buen nivel de endeudamiento
7	Definición de funciones poco clara	7	Prioridad al trabajo en equipo
8	Falta de medidas de control	8	Bajo nivel de ausentismo
9	Falta de infraestructura propia	9	Trabajadores identificados con la empresa
		10	Originalidad en el producto
A	Amenazas	O	Oportunidades
1	Regalos tecnológicos y consumismo	1	Cambio de tendencias en los jóvenes (Eco-cultura)
2	Producto desvalorizado	2	Alta demanda de productos ecológicos
3	Tendencias de consumismo tradicional	3	Es un incentivo para la mejora del estilo de vida.
4	Desconocimiento del producto	4	Funcionalidad del producto
5	Altas competencias	5	Implementación de nuevas tecnologías
6	Crecimiento lento del mercado	6	Precios y ofertas accesibles
7	Incertidumbre del producto	7	Facilidades para adquirir productos especiales
8	Poco conocimiento del producto en el mercado	8	Medios de comunicación
		9	Actualización de productos
		10	Producto poco comercializado y económico

Junto con esta matriz se presentan estrategias de mercado que ayudan a tomar decisiones, acorde al estado de la misma.

Estrategias OFENSIVAS			Estrategias DEFENSIVAS		
1	Conocer el producto donde la competencia tiene debil participación	1	Diversificar la cartera de productos		
2	Incrementar calidad en el producto	2	Realizar alianzas estratégicas con proveedores		
3	Capacitaciones para mejorar el trabajo en equipo	3	Mantener precios adecuados para clientes		
4	Mejora de productos utilizando la mejor mano de obra	4	Ampliar la línea de productos para ocupar segmentos vacíos.		
5	Implementar descuentos y facilidades de pago	5	Hacer un seguimiento pos compra para fidelizar al cliente		
6	Lugar producto original y de fácil comercialización	6	Dar a conocer el producto en todo el mercado		
7	Realizar campañas sobre conciencia ambiental utilizando medios de comunicación	7	Especificar los objetivos para lograr un espacio en el mercado		
		8	Realizar estudios sobre la acogida del producto en el mercado		
		9	Promociones para sostener el crecimiento del mercado		
Estrategias REORIENTACIÓN			Estrategias SUPERVIVENCIA		
1	Implementar infraestructura propia para comercializar mejor el producto	1	Establecer un soporte técnico ante eventos climatológicos y eventos naturales		
2	Establecer precios y ofertas accesibles para mejorar las ventas	2	Buscar socios para crecimiento propio y de mercado		
3	Realizar entregas a domicilio	3	Mejorar la ubicación de la empresa		
4	Implementar nuevas tecnologías planificadamente	4	Dar valor adicional al producto para que no se desvalorice		
5	Crear manuales de control	5	Mejorar las ventas no dar paso a la competencia		
6	Realizar un organigrama funcional para establecer la definición de funciones	6	Planificación de campañas para dar a conocer el producto		
7	Estudio de mercado para establecer la ubicación de la planta	7	Establecer un mecanismo de control para mejorar el crecimiento del mercado		
		8	Llegar a los clientes de forma innovadora y llamativa para que conozcan el producto		

7's DE MCKINSEY

Esta estructura se compone de 7 elementos, 3 de los cuales se los llama elementos fuertes (estrategia, estructura, sistema), puesto que hace referencia al estudio esencial de la empresa, puesta que se detalla en estrategia, la manera de organizar recursos para conseguir sus objetivos; en estructura, la manera de cómo se conforma la empresa, y finalmente el sistema, que son los procesos internos que deben seguir en la empresa para encaminarse a cumplir sus metas.

Los elementos blandos, en cambio son difíciles de describir, pues son menos tangibles y más influenciados por la cultura. Sin embargo, todos estos 7 elementos deben trabajar conjuntamente uno con el otro para el éxito total de la empresa. (Estructura de las 7's Mckinsey, 2015)



MATRIZ ANSOFF

También denominada matriz producto-mercado, es una de las principales herramientas de estrategia empresarial y de marketing estratégico. Fue creada por el estratega Igor Ansoff en el año 1957. Esta matriz, es la herramienta perfecta para determinar la dirección estratégica de crecimiento de una empresa, por tanto solamente es útil para aquellas empresas que se han fijado objetivos de crecimiento. (Ruiz, 2015)

La Matriz de Ansoff relaciona los productos con los mercados, clasificando al binomio producto-mercado en base al criterio de novedad o actualidad. Como resultado obtenemos 4 cuadrantes con información sobre cuál es la mejor opción a seguir: estrategia de penetración de mercados, estrategia de desarrollo de nuevos productos, estrategia de desarrollo de nuevos mercados o estrategia de diversificación.



MATRIZ DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL

Según (Espinoza, 2016), la matriz crecimiento-participación se basa en dos dimensiones principales:

El índice de crecimiento de la industria, que indica la tasa de crecimiento anual del mercado de la industria a la que pertenece la empresa.

La participación relativa en el mercado, que se

Plantas cactáceas como alternativas de regalo para la demanda ecológica refiere a la participación en el mercado de la Unidad Estratégica de Negocios con relación a su competidor más importante. Se divide en alta y baja y se expresa en escala logarítmica.

Aparece aquí el concepto de Unidad Estratégica de Negocios (UEN) la cual tiene tres características:

Es un solo negocio de la empresa o un conjunto de sus negocios relacionados entre sí, al que la empresa puede hacerle planeamiento separadamente del resto de la compañía.

Tiene sus propios competidores.

La Unidad está a cargo de un gerente responsable de su operación y de sus resultados económicos, a quien la casa-base le asigna objetivos de planeación estratégica y recursos

	PRODUCTOS ACTUALES	NUEVOS PRODUCTOS
MERCADOS ACTUALES	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Suculentas y cactus Penetración en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Suculentas y cactus con modelos innovadores Desarrollo del producto 

	Desarrollo del mercado	Diversificación
NUEVOS MERCADOS		

CONCLUSIONES

1. Está muy de moda buscar formas para mantener nuestro planeta saludable, utilizando los recursos de una forma sustentable, por lo que regalar plantas es una idea excelente a la hora de contribuir con esta causa.
2. No solo existen muchas bellas especies de la familia Cetácea de donde escoger un regalo, sino también son regalos duraderos y usualmente muy económicos.
3. Lo que queremos realizar con nuestro producto es una idea innovadora que atraerá a nuevos clientes y los convertirá en clientes constantes, pues este regalo es muy original debido a la forma y estructura que posee.
4. El bajo costo del regalo y sus detalles particulares hacen que sea accesible para todo público y para todas las edades ampliando nuestro segmento de mercado.
5. El bajo cuidado que necesita esta especie de plantas convierte a nuestro producto en un regalo ideal para aquellas personas que disponen de poco tiempo para cuidarlas.

DISCUSIÓN

Yura Gifts es un prospecto de negocio que ofrece una buena rentabilidad en el futuro, con costos de producción bajos que hace que las ganancias netas al final del periodo sean mayores, dejando saldos libres que podrían ser utilizados para seguir invirtiendo en esta empresa y hacerla aún más rentable.

Lo que hace especial a nuestro producto es que tiene una gran variedad de diseños, con plantas que no necesitan mucho cuidado como son las cetáceas, ideales para todo tipo de personas, cualquier edad y género, ampliando el segmento del mercado al cual queremos

dirigirnos, incrementando de esta manera las posibles ventas.

El valor agregado que tiene Yura Gifts es que transformará el concepto que la población tiene acerca de las cetáceas, ya que las miran como plantas aburridas y sin gracia, sin embargo nuestra empresa dará un giro de 360 grados con estas plantas al presentar diseños novedosos y exclusivos, incluso se realizarán diseños personalizados a gusto del cliente y con las características que ellos necesitan, esto incluso hará que nuestra empresa esté por encima de las demás que se dedican a la comercialización de plantas.

Una vez evaluadas todas las variables y posibles problemas que se presentarán, hemos llegado a la conclusión de que nuestra idea debe ser implantada y que tendrá un gran acogimiento en el mercado al cual queremos dirigirnos, pues estas plantas pueden ser comercializadas en cualquier época del año, en cualquier fecha especial y puede estar en cualquier lugar de nuestro hogar pues es una planta fuerte que sobrevive a cualquier ambiente.

4

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. (3 de Marzo de 2013). Obtenido de <http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variables.html>

Castillo, A., & Pérez, A. (2010). Universidad Autónoma Indígena de México. Obtenido de [file:///C:/Users/T/Downloads/Dialnet ConocimientoYUsoDeCactaceasPorFamiliasCampeinasEn-3424137.pdf](file:///C:/Users/T/Downloads/Dialnet%20ConocimientoYUsoDeCactaceasPorFamiliasCampeinasEn-3424137.pdf)

Castillo, A; Ocampo, I; López, A; (2010). CONOCIMIENTO Y USO DE CACTÁCEAS POR FAMILIAS CAMPESINAS EN COXCATLÁN, Puebla Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46116015003>

Oltra, C. (2010). Modernización ecológica y sociedad del riesgo Hacia un análisis de las relaciones entre ciencia, medio ambiente y sociedad . Dialnet.

Ecología Verde. (2017). Obtenido de <http://www.ecologiaverde.com/ideas-para-regalos-ecologicos-y-creativos/>

Escribano, G. (2010). Teoría del desarrollo económico. Obtenido de http://sistemaucem.edu.mx/bibliotecavirtual/oferta/licenciaturas/derecho/LDE318/teorias_del_desarrollo_economico.pdf

Estructura de las 7's Mckinsey. (2015). Obtenido de [file:///C:/Users/usuario/Downloads/la-estructura-de-la-7-s-de-mckinsey%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/usuario/Downloads/la-estructura-de-la-7-s-de-mckinsey%20(1).pdf)

PROMOVE CONSULTORIA E FORMACIÓN SLNE. (2012). Cuadernos prácticos. Obtenido de Cómo elaborar el análisis DAFO.

Espinoza, R. (2016). Welcome to the new marketing . Obtenido de <http://robertoespinoza.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento/>

Ruiz, L. E. (2015). Gerencia de Mercadeo. Obtenido de <http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc058.htm>