



A continuación vamos a detallar las propuestas de valor que ofrecemos en Verti-Go!. Puesto que contamos con distintos servicios, nuestro valor añadido aumenta, ya que ofrecemos un servicio integral, que cuenta tanto como lo necesario para un buen funcionamiento de la empresa, como para sumar este valor.

- **Gestión de espacios:** El huerto vertical es perfecto para el ahorro de espacios, es por esto que las personas que quieran cultivar sus propias hortalizas pero no cuentan con espacio en sus domicilios, tendrán un espacio donde les ofrecemos todo lo necesario para ello. De igual forma, las empresas que quieran diferenciarse y brindar un elemento diferenciador en sus comercios a través del cultivo propio, podrán contar con el espacio perfecto para esto.
- **Cercanía:** Puesto que queremos la accesibilidad para todo el mundo, nos ubicamos en una localidad a la que se pueda acceder a través de cualquier medio de transporte, ya sea público o privado.
Esto beneficiará tanto a los particulares como a las empresas, puesto que será un lugar cercano a sus hogares y comercios.
- **Formación:** Ofrecer a los usuarios información y ayuda sobre aspectos del cultivo y de la hidroponía es un valor añadido que puede ayudar a crear fidelidad entre los clientes, puesto que conseguiremos un trato cercano y profesional. Además de conseguir un resultado óptimo de los productos.
- **Oportunidad** de cultivar distintas hortalizas en un mismo espacio.
- **Reducción del impacto medioambiental:** A través de varias acciones como: evitar la destrucción de miles de hectáreas necesarias para el cultivo convencional, ahorro del agua y energía gracias al sistema hidropónico y evitando el transporte de camiones, puesto que se localiza cerca de los usuarios.
- **Reutilización** de los productos vendidos y otros restos para la creación de fertilizante, a cambio de mayor espacio en las instalaciones u otros incentivos.
- Consumo de alimentos libres de químicos, sustancias tóxicas y pesticidas.



¿Cómo hemos llegado a esta propuesta de valor?

Hemos realizado distintos análisis y estudios para poder llegar a este punto y realmente conocer qué le podemos ofrecer a nuestros clientes.

ANÁLISIS INTERNO

Inicialmente, realizamos un análisis interno para conocer aspectos del interior de la empresa que sean relevantes

PRODUCCIÓN	FINANCIACIÓN
Contamos con un equipo con experiencia.	Inversión inicial alta
Ofrecemos un amplio abanico de productos y servicios: Contamos y comercializamos con herramientas, equipos y productos de cultivo, como estructuras de huerto vertical. Ofrecen diferentes servicios, como formación, alquiler de estructuras, o talleres	Los gastos de electricidad es alto por el tipo de actividad
	Los gastos de agua son mínimos puesto que empleamos sistemas circulares.
Personal con formación en comercio electrónico.	Debemos solicitar un préstamo alto para asumir los gastos iniciales
Hay que llevar un control exhaustivo de de prevención, control, eliminación o curación de las enfermedades de las plantas	Contamos con gastos fijos altos debido a la alta plantilla que necesitamos
MARKETING	ORGANIZACIÓN
Cuentan con redes sociales pero no publican periódicamente	Contamos con un personal cualificado especialmente en su área.
La empresa cuenta con página web y tienda online.	Es la primera empresa que fundan los socios y no tiene experiencia previa.

PONDERACIÓN INTERNA

A continuación realizamos una ponderación de los aspectos internos, comparando estos, con la competencia (0,3,9):

FACTORES	PONDERACIÓN VERTI-GO	PONDERACIÓN COMPETENCIA	INTERPRETACIÓN
Contamos con un equipo con experiencia .	9	3	El hecho de contar con trabajadores con experiencia en el sector, nos ofrece ventaja respecto a la competencia, ya que nuestras palabras adquieren valor y los clientes se fían más de nosotros; además, realizamos nuestro trabajo mejor y de forma más eficiente.
Ofrecemos un amplio abanico de productos y servicios	3	3	Si tenemos muchos productos y servicios, hay que tener control sobre todos ellos. Sin embargo, podemos diferenciarnos más, ya que tener más oferta perjudica a la competencia.
Personal con formación en comercio electrónico .	9	3	Hoy en día, con la pandemia y el auge de la tecnología, es importante contar con formación en el comercio electrónico, ya que es muy relevante tener una tienda online.
Control exhaustivo de de prevención, control, eliminación o curación de las enfermedades	9	3	Estos puntos son muy importantes, ya que con ellos ofrecemos mayor seguridad y transmitimos confianza a los clientes.
Contamos con redes sociales pero no publicamos periódicamente	3	9	Las redes sociales son importantes y hay que ser constantes. El hecho de tener redes es un punto positivo, pero hay que crear contenido de valor en ellas (para conseguir más reconocimiento, más clientes, aportar valor, etc). Si la competencia ofrece contenido periódicamente, tiene ventaja.
La empresa cuenta con página web y tienda online	9	3	Tener página web y ofrecer la posibilidad de comprar a través de Internet, es una gran ventaja, ya que de esta manera podemos conseguir vender fuera de nuestra zona geográfica, por ende llegar a un número mayor de clientes. Asimismo, mucha gente prefiere comprar online que acudir a la tienda física.
Inversión inicial alta	0	0	Al ser una empresa de nueva creación, no contamos con altos recursos económicos, por lo cual tendremos que construir la empresa poco a poco y crecer lentamente. Si la inversión inicial es alta para nosotros, para la competencia será parecido, por lo que tenemos una desventaja común.



Alto gasto en electricidad	3	3	Aunque se puede controlar y quizá cambie tras la guerra de Ucrania que causa la inflación, este gasto se une con la inversión y otros gastos, lo que supone una inversión alta, y si no conseguimos el éxito, nuestra empresa puede fracasar.
Contamos con gastos fijos altos debido a la alta plantilla que necesitamos	3	3	Es un gasto importante, pero vital, ya que de la plantilla sacamos nuestros beneficios y es ahí donde se lleva a cabo casi toda la actividad de la empresa. La competencia necesitará unos gastos parecidos.
Contamos con un personal cualificado especialmente en su área	9	3	Si el personal es experto en su trabajo, los clientes confían mucho más en ellos y formarán una opinión positiva sobre la empresa. Si los de la competencia no son expertos, los consumidores preferirán acudir a nuestra tienda.
Es la primera empresa que fundan los socios y no tiene experiencia previa en gestión de una empresa.	3	9	Si nuestra empresa no cuenta con la suficiente experiencia, los consumidores tendrán una imagen negativa de nosotros, y si la competencia tiene más experiencia, los clientes acudirán a ellos por preferencia.

ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

El análisis **PESTEL** comprende un estudio sobre el macroentorno de la empresa, específicamente los factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales. Dichos elementos pueden predecir el futuro de la empresa.

A continuación, una infografía sobre nuestro [análisis PESTEL](#) (nota: Es una infografía interactiva hecha en Genially, ir al enlace para tener acceso a toda la información).



ANÁLISIS PESTEL

Huerto Vertical


Político

- Pago de Impuestos
- Trámites burocráticos para el inicio de la actividad


Económico

- Aumento de los precios.
- Terrenos inferiores.
- El sector más representativo es el sector servicios.
- A los inversores les interesa la hidroponia vertical


Social

- Aumento de productos ecológicos.
- Incremento de la población.


Tecnológico

- Software de operaciones.
- Redes de mercado digitales.
- Nuevos equipos de hidroponia.


Ecológico

- Política ambiental
- Medio ambiente y cambio climático
- Paisaje de la Comunitat Valenciana


Legal

- Productos regulados por la UE
- Uso sostenible de productos fisosanitarios.
- Ayudas PAC 2022

PONDERACIONES

FACTOR	PONDERACIÓN	PONDERACIÓN COMPETENCIA	INTERPRETACIÓN
Pago de Impuestos.	- 70	+45	El pago de impuestos es una cifra importante que debemos asumir y debido a que somos un negocio inicial y puede que tengamos ayudas, puede beneficiar a competencia que cuenta con experiencia y beneficios.
Trámites burocráticos.	+10	-20	Para iniciar este negocio son necesario una serie de trámites que son costosos, sin embargo, debido a la dimensión del proyecto, consideramos que no son una gran amenaza, incluso puede ser una barrera de entrada para nuevos competidores
Aumento de los precios.	+80	- 75	El aumento de los precios en todos los productos es algo evidente, por lo que los consumidores pueden optar por buscar otra forma de consumir sus alimentos, como puede ser, crear su huerto.
Terrenos inferiores.	+40	-35	Cada vez, los terrenos donde vive la gente es menor, por lo que puede necesitar un espacio de cultivo, sin embargo también puede optar por comprar los alimentos en tienda, por lo que no consideramos que nos



			beneficie demasiado.
Servicios, el sector más representativo.	+80	-60	El aumento del sector de los servicios, nos beneficia puesto que también vendemos productos, nuestras principales ventas, serán a través de los distintos servicios que ofrecemos.
Interés de los inversores por la hidroponía.	+90	-85	Contar con inversores interesados en este sector, es de gran utilidad debido a los altos costes iniciales.
Aumento de productos ecológicos.	+85	-65	En los últimos años vemos que cada vez se consumen más productos ecológicos, esto va a ser un gran beneficio, debido a que nuestros productos lo son.
Incremento de la población.	+35	-20	El aumento de la población, nos puede ayudar en que existe un mayor número de personas que son potenciales clientes, sin embargo.
Automatización	+80	-50	Automatizar los procesos es de gran ayuda, puesto que no necesitaremos más personal para llevar un proceso manual.
Redes de mercados digitales.	+55	-40	A través de las redes, podemos encontrar un gran mercado digital, que nos ayude a la búsqueda de productos necesarios y a su comparación
Nuevos equipos de hidroponía.	+65	-35	Con el auge de este sistema, se crean más equipos eficientes e innovadores, que pueden beneficiarnos en tener un mejor y actualizado equipo que la competencia.
Software de operaciones.	+70	-50	Al igual que la automatización, nos proporciona una gran ayuda y evita contar con más personal, que al inicio de una actividad es más costoso.
Política ambiental.	-65	+55	Seguir unos estándares y unos controles, nos conlleva a realizar un esfuerzo por conocer al detalle y poner en marcha la normativa.
Medio ambiente y cambio climático.	+30	+20	Puesto que seguiremos la política ambiental, seguir los estándares de la UE, no supondrán un esfuerzo

			incrementado.
Paisaje de la CV.	+50	-45	Preservar el paisaje, evitando destruir hectáreas, es algo que nos beneficia, puesto que no necesitamos realizar esta actividad y esto nos ayuda, en las distintas ayudas que pueda ofrecer la CV, siendo una empresa que busca seguir esta acción.
Productos regulados por la UE.	-55	+60	El deber de llevar un control de nuestros productos para garantizar su calidad, implica llevar un control, sin embargo este punto, pese a que no fuera una obligación, sería llevado a cabo de igual forma.
Uso sostenible de productos fitosanitarios.	-80	+40	La obligación de llevar un registro de nuestros productos para comprobar que todo esté en condiciones, implica tener empleados dedicados exclusivamente a este campo.
Ayudas PAC 2022	+90	-65	Hay una gran cantidad de ayudas a agricultores de las que podemos ser beneficiarios, sin embargo, la competencia también puede contar con una ayuda.

ANÁLISIS DEL MICROENTORNO

Las **fuerzas de Porter** es un **modelo estratégico** que se utiliza para analizar las **fuerzas competitivas** de una empresa. Este comprende la rivalidad entre competidores, productos sustitutos, poder negociador de los proveedores y de los clientes y nuevos competidores.

A continuación, exponemos las [5 fuerzas de Porter de Verti-GO!](#):



3.1 PONDERACIONES

FACTOR	PONDERACIÓN	INTERPRETACIÓN
Rivalidad entre competidores.	9	Consideramos un punto muy relevante a los competidores existentes, puesto que no hay una gran cantidad que ofrezcan este servicio, hay más competencia entre los presentes.
Amenaza de nuevos productos sustitutivos	0	Puesto que es un campo de innovación, creemos que no hay una amenaza real de nuevos productos que puedan salir al mercado actualmente.
Poder de negociación de los proveedores	1	Los productos que necesitamos para nuestra actividad se pueden encontrar en distintas organizaciones, por lo que no le otorgamos una puntuación alta, pero hay que tener en cuenta que si buscamos algo más específico este punto puede tener algo más de importancia, es por esto el motivo de concederle esta puntuación.
Poder de negociación de los clientes	3	En este punto debemos distinguir nuestros bienes de nuestros servicios, ya que en los primeros sí que tendrían más poder de negociación puesto que si que hay más empresas que comercializan con estos, y en los segundos cuentan con menos por el motivo contrario, no hay una gran cantidad de organizaciones que tengan estos servicios, es por esto que le otorgamos una puntuación media.
Amenaza de nuevos competidores entrantes	3	Ya que es un mercado innovador, si que hay probabilidad de la entrada de nuevos competidores, sin embargo hay que tener en cuenta que es necesaria una gran inversión, por lo que es una barrera de entrada grande.

1. DAFO

El análisis **DAFO** (iniciales de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) es una herramienta que permite al empresario **analizar la realidad de su empresa**, que le ayudan a tomar decisiones sobre el futuro.

A continuación, nuestro análisis en forma de infografía. [Click aquí](#) para verla completa.



CAME

- **CORREGIR DEBILIDADES**

- En cuanto al alto **gasto de electricidad**, podríamos corregirlo mediante la **implantación de paneles solares**, para así durante el día ahorrar energía y poder tener una mayor funcionalidad. Además, también podríamos **desconectar material** que hace uso de electricidad, cuando no se esté haciendo uso de ellas.

- La **inversión inicial** es algo que debemos asumir, sin embargo podemos **buscar inversores o fondos públicos** que nos ayuden a superar esta primera etapa.

- En cuanto a la **prevención y eliminación de enfermedades** dentro de los productos, será necesario contar con una **persona especializada** en el tratamiento y la visualización del tratamiento de las mismas.

- **AFRONTAR AMENAZAS**

- En cuanto al **pago de impuestos**, pese a que debemos asumir que son costes que afrontar, puesto que somos una nueva empresa, hay que tener en cuenta que los primeros años, contamos con la ventaja de una **reducción del impuesto de sociedades**, por lo que inicialmente este coste no será tan alto.

- Respecto a la **política ambiental** debemos **conocer con detalle cuáles son los pasos y pautas que marcan**, para que en el caso de afrontar un control o inspección para comprobar que las seguimos, tener todo en regla.

- El uso de **productos fitosanitarios** es un punto que debemos llevar gran control, para garantizar tanto el cumplimiento de las normas como la calidad de los productos. Puesto que es algo muy específico, buscaremos que el **personal encargado** del control de plagas, sea encargado de el uso de estos productos, puesto que son tareas muy relacionadas, evitando el contrato de más personal.

- **MANTENER FORTALEZAS**

- En cuanto al **equipo con experiencia**, contaremos con él desde el principio, puesto que son unas tareas muy específicas que debemos llevar de la forma correcta, por lo que contamos con una ventaja de personal

- Con el uso del **e-commerce** con la venta de productos en nuestra web buscamos mantener una buena estabilidad del mismo, para contar con otro medio por el que tener más clientes y llegar a más público.

- Puesto que contamos con una **amplio número de productos y servicios**, debemos tener en cuenta que todos son importantes, por lo que debemos realizar la mayor venta que podamos de estos para buscar el máximo beneficio posible a través de estos.



- **EXPLOTAR OPORTUNIDADES**

- En cuanto a los nuevos equipos **hidroponía**, buscaremos los más novedosos del mercado para contar con un valor añadido de nuestros equipos.
- El **aumento de los productos ecológicos** nos proporciona una gran oportunidad, puesto que son alimentos que producimos.
- En cuanto a **ayudas PAC** debemos buscar las que mejor se adapten a nuestras actividades.

DAFO CRUZADO

- **ESTRATEGIAS DEFENSIVAS (fortalezas+amenazas)**

- Al tener **experiencia** en este sector (fortaleza), el **uso sostenible de productos fitosanitarios** (amenaza) no será de gran dificultad, ya que conocemos el proceso y los diferentes tipos de productos fitosanitarios, por lo que estamos capacitados para distinguir entre sostenible y no ecológico.
- Del mismo modo, gracias a nuestra **experiencia** (fortaleza), estamos familiarizados con la **política ambiental** (amenaza). De esta manera, podemos llevar a cabo una actividad *eco-friendly*.

- **ESTRATEGIAS OFENSIVAS (fortalezas+oportunidades)**

- Dado que el sector **servicio es el más representativo** (oportunidad) y ofrecemos un **amplio número de servicios y productos** (fortaleza), podemos esforzarnos o enfocarnos más en los servicios para un mayor beneficio.



- Al contar con **experiencia** en el ámbito (fortaleza), podemos llegar a cierta **automatización** (oportunidad), puesto que no necesitaremos más personal para llevar un proceso manual.

- **ESTRATEGIAS DE REORIENTACIÓN (debilidades+oportunidades)**

- Debido a la inflación, contamos con **altos gastos** (debilidad). Sin embargo, gracias a este **aumento de precios** (oportunidad), nuestro público objetivo estará más propenso a contactar con nuestra empresa para cultivar sus propios productos de alimentación (principalmente hortalizas). Este hecho nos proporcionará un mayor número de clientes, y por ende, obtendremos un mayor beneficio.

- Dado el **interés** creciente **en la hidroponía vertical** (oportunidad), podríamos **publicar** más contenido **sobre este sistema periódicamente** (debilidad), con la finalidad de informar a nuestros seguidores, así como llamar más la atención y atraer a más clientes potenciales, así como **inversores**.

- Gracias a las **ayudas PAC** (oportunidad), podremos afrontar mejor los **altos gastos** (debilidad).

- **ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA (amenazas+debilidades)**

- Podríamos afrontar los **gastos** (inversión inicial [debilidad], gastos de electricidad [debilidad], impuestos [amenaza]) a través de la petición de **subvenciones** del Estado.

- Para afrontar el uso sostenible (amenaza) y controlado (debilidad) de **productos fitosanitarios** para la prevención de enfermedades, debemos adquirir productos **eco-friendly**, es decir, que no contaminen, pero cumplan con su función.

- Al ser la **primera empresa** creada por los socios (debilidad), el equipo no cuenta con la máxima experiencia o formación en este sentido, por lo que



es posible que no sepan cómo afrontar las **políticas ambientales** y **pago de impuestos** (amenazas). Una estrategia para mejorar en este ámbito, sería recibir **formación** de un experto o persona conocida con experiencia, o **informarse** previamente a la inauguración de la empresa sobre dicho tema.

MATRIZ IMPACTO-ESFUERZO

	ESFUERZO ALTO	ESFUERZO BAJO
IMPACTO ALTO	<ul style="list-style-type: none"> - Implantación de paneles solares - Contar con nuevos equipos de hidroponia 	<ul style="list-style-type: none"> - Buscar inversores o fondos públicos - Mantener la estabilidad en el ecommerce. - Producción de alimentos ecológicos. - Solicitar subvenciones y ayudas. - Esforzarnos más en servicios que nos den más beneficio.
IMPACTO BAJO	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con una persona especializada en control de enfermedades y productos fitosanitarios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conocer con detalle cuáles son los pasos y pautas que marcan. -Desconectar material cuando no esté en uso