

Idea:

Nombre de la empresa: **CHIMHE**

Nombre general del producto: **S.Coop. LA HUERCA**

Modelos:

- Huerta balcón**
- Huerta terraza**
- Huerta azota**

La idea de este proyecto, que se presenta a lo largo de los siguientes apartados, surge tras haber observado como en viviendas como pisos, con espacios reducidos (terrazas y balcones) no existe la posibilidad de cultivar plantas ornamentales, y mucho menos hortalizas, dificultando a las personas que viven en ellos poder tener un contacto directo con el medio natural, producir sus propios alimentos y desarrollar conocimientos sobre los cultivos de este tipo. De esta manera, se busca principalmente dar solución a la falta de espacio de cultivo en las viviendas al mismo tiempo que se trata la creciente desconexión con los procesos naturales en entornos urbanos.

Para responder a estas necesidades, se propone el diseño y la comercialización de un huerto vertical de madera, compuesto por jardineras compuestas de material reciclado, concretamente palets reutilizados. Estas jardineras son colocadas en alturas diferentes y están disponibles en tres tamaños (pequeño, mediano y grande) para que se pueda adaptar al espacio disponible como balcones, terrazas o azoteas.

Con el objetivo de completar el producto y hacerlo más eficiente y productivo, se pondrán a disposición del cliente ciertas herramientas que le ayudarán en su tarea de cultivo. Estas herramientas van desde sistemas de riego y sensores de temperatura y ph, que ayudarán a comprender las necesidades de las hortalizas en cada momento, sin sustituir el aprendizaje ni el contacto con las mismas, hasta guías completas con los detalles necesarios para conocer todo sobre los cultivos urbanos. De esta manera se pretende fomentar la paciencia y la observación del crecimiento, adquiriendo conocimientos específicos sobre cada tipo de cultivo.

Con el objetivo de garantizar la durabilidad del producto se ofrece un servicio de mantenimiento, el cuál generará una relación de confianza a largo plazo con el cliente, al mismo tiempo que asegura la viabilidad del producto y su buen mantenimiento. Mediante este servicio se podrán reemplazar estructuras dañadas, tratar estructuras aplicando acabados resistentes para ampliar sus años útiles y aplicar decoraciones para ambientar el

entorno y que no sea una estructura monótona, sino que pueda adaptarse a las necesidades estéticas del cliente.

Por último, uno de los objetivos más relevantes de este proyecto, es tratar de fomentar las dinámicas comunitarias. Es por ello que una parte del proyecto se basará en promocionar el espacio en espacios colectivos y comunitarios, como centros cívicos, colegios y centros de mayores, mediante cursos y talleres en los que se explique el método de uso del producto, como sacar su mayor rentabilidad y se imparten conocimientos sobre todo lo necesario para poder tener un cultivo sano. De esta manera, se pretende dar respuesta a una demanda de actividad ocupacional para sectores que están más desatendidos promoviendo una actividad grupal y educativa. Y al mismo tiempo, se fomenta la publicidad del producto, llegando fácilmente a grandes grupos de gente grande de diferentes edades y hábitos.

Valor: Cualitativo

El huerto vertical ofrece una solución accesible, sostenible y educativa a personas que no disponen de un lugar amplio en sus hogares. Este diseño permite cultivar en entornos urbanos reducidos como balcones, terrazas o azoteas u otras zonas comunes. De esta manera se contribuye en el desarrollo de una educación ambiental al mismo tiempo que contribuye a la difusión de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

El producto está basado principalmente en promover valores ligados a la sostenibilidad, ya que es un producto creado a base de maderas recicladas de palets, buscando menor impacto sobre el medio ambiente, evitando la deforestación y dándole un nuevo uso a maderas que podrían ser desechadas. Además, trata de fomentar la autosuficiencia y la autoproducción de alimentos con un método sostenible y respetuoso con el medioambiente. Estos valores están directamente relacionados con el ODS 12: Producción y consumo responsables y el ODS 13: Acción por el clima, los cuales impulsan un uso responsable de los recursos naturales y demandan medidas contra el cambio climático.

Asimismo, el huerto vertical es una herramienta muy útil para acercar al público urbano a un ambiente rural, dando opción a aprender sobre diferentes técnicas de cultivos, temporadas de cultivo, herramientas, etc. De esta manera se contribuye al desarrollo de la conciencia ecológica y la educación ambiental. En relación a los ODS, estos valores se relacionan con el cuarto y el decimoprimer ODS “Educación de calidad” y “Ciudades y comunidades sostenibles” ya que, como se ha mencionado previamente puede ser utilizado para el aprendizaje, así como para crear alternativas ecológicas en espacios urbanos.

Además, la Huerca, tiene un valor comunitario muy importante en el proyecto, ya que una gran parte de la energía del proyecto está destinada a fomentar el uso colectivo del producto.

Para ello se realizan talleres y formaciones en espacios colectivos como colegios, centros de mayores y/o centros cívicos. De esta manera se busca tener un impacto social, el cual fomenta el trabajo en equipo, la cooperación y la empatía, reforzando el ya mencionado ODS 11 promoviendo comunidades más inclusivas y participativas.

Por último, cabe destacar el impacto que puede tener este producto en el bienestar personal, ya que crea un espacio de tranquilidad y contacto con la naturaleza, creando rutinas de perseverancia, positivas para poder mantener un equilibrio emocional. En relación a las personas con movilidad reducida, también posibilita el acercamiento de estos entornos a espacios más accesibles para ellas, posibilitando la realización de tareas ocupacionales sanas y diversas. De esta manera se promueven estilos de vida saludables, tanto físicos como emocionales, tal y como se establece en el ODS 3, Salud y bienestar.

Este proyecto da respuesta principalmente a la necesidad de espacio de cultivo en viviendas urbanas, donde el espacio es reducido. De esta manera posibilita promover los valores previamente mencionados mediante un nuevo espacio de cultivo. Acercando esta práctica a personas que viven en pisos, colectivos que quieran generar dinámicas grupales de cuidado y educación ambiental, y personas con movilidad reducida que tengan dificultad para acceder a espacios de cultivo tradicionales.

Al facilitar el acceso al cultivo el proyecto promueve hábitos educativos y sostenibles, relacionados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible promovidos por las Naciones Unidas, con el objetivo de desarrollar un plan universal para equilibrar el desarrollo social, económico y ambiental.

El principal elemento que hace que nuestro producto destaque y se diferencie es la estructura vertical de madera reciclada, la cual estará disponible en tres tamaños, permitiendo escoger el tamaño adecuado para el espacio que se disponga en el hogar, desde pequeños balcones y terrazas, hasta azoteas y patios con mayor amplitud.

Viene acompañada de accesorios como invernadero desmontable, sistema de riego por goteo, soporte para herramientas y sensores de temperatura y humedad.

Estas estructuras/elementos adicionales y estos sensores serán un apoyo a la hora de cuidar el cultivo. De esta manera, se fomenta la autonomía y el aprendizaje progresivo. Para ello, se pondrá a disposición del cliente un manual con la información necesaria para el cuidado específico de cada planta. Evitando la automatización completa de estos procesos, se busca el contacto directo con la naturaleza evitando la sustitución del cuidado humano por el tecnológico.

Por último, cabe destacar la promoción del producto, la cual se realizará en espacios colectivos como colegios, centros cívicos y centros de mayores. De esta manera se fomenta el uso colectivo y comunitario del producto, tratando de generar un impacto positivo en grandes grupos de personas. Para ello se apoyará el contenido educativo proporcionado al público objetivo en cada momento.

Segmentación:

El proyecto de la Huerca está dirigido a un mercado de nicho, el cual ofrece una solución personalizada y de alto valor para las personas interesadas en el cultivo urbano, enfocado en el cuidado al cliente y servicio de calidad.

La Huerca está dirigida principalmente a personas con capacidad de compra, personas adultas y familias que no puedan tener un terreno amplio para el cultivo de vegetales pero si disponen de una vivienda con un espacio mínimamente amplio y soleado, como azoteas, patios, terrazas, balcones y zonas comunes. Se trata de personas interesadas en adoptar hábitos saludables y sostenibles en sus vidas, promoviendo la educación ambiental en todos los miembros del hogar. Buscan ampliar la accesibilidad para cultivar sus propios alimentos y cultivos ornamentales. Este perfil tiene especial interés en crear una relación respetuosa con la naturaleza, la sostenibilidad y el autoconsumo, mejorando el bienestar físico, emocional y familiar del que le rodee.

Las personas a las que nos dirigimos buscan fomentar una educación verde, conciencia ecológica y el trabajo en equipo

Por otro lado, existen perfiles secundarios a los que también está dirigido el producto. En este aspecto se contempla la venta dirigida a colectivos y entidades que busquen los beneficios del uso compartido del huerto vertical, entre los que se incluyen:

1. Comunidades de vecinos en la que el huerto vertical se ubique en espacios compartidos para poder crear dinámicas grupales, fomentando la convivencia, las tareas compartidas y el trabajo en equipo.
2. Centros educativos, centros cívicos y centros de mayores, donde se busque promocionar la educación ambiental al mismo tiempo que se busca promover actividades grupales. Además, la Huerca puede ser una opción ideal para generar alternativas de ocio accesibles y beneficiosas para la salud física y mental.
3. Personas con movilidad reducida o limitaciones para salir al exterior aportando entretenimiento y motivación en sus rutinas diarias. Facilitando el contacto con la naturaleza y promoviendo sus beneficios en este colectivo.

Los clientes son personas que se caracterizan por tener una sensibilidad hacia el medio ambiente, que valoran la naturaleza, la sostenibilidad y buscan productos que combinen la realización de actividades accesibles y saludables y que impulsen valores sociales mientras cultivan sus propios alimentos y/o cultivos ornamentales.

Además, se trata de personas y colectivos que buscan fomentar una educación ambiental, conciencia ecológica y el trabajo en equipo para generar un impacto ambiental y social.

Sociedades:

Para que el proyecto de La Huerca funcione se deben establecer relaciones con otros proveedores que completen la estructura principal del proyecto. Para ello se ha de buscar sinergias con otras empresas que aporten los elementos adicionales y accesorios así como lugares de venta y promoción del producto.

Al ser un proyecto basado en la sostenibilidad, se le dará un elevado grado de importancia a los valores de las empresas y establecimientos colaboradores. Se estudiará previamente si estas sociedades cumplen con unos principios básicos de derechos laborales dignos y valores de producción respetuosos con el medio ambiente. Además se buscarán cooperaciones con colaboradores locales para así reducir la huella de carbono al mismo tiempo que se apoya la economía local.

A continuación se presentan cuales serán los principales socios y colaboraciones con las que se contarán en el proyecto de La Huerca:

1-Materiales y herramientas

Materiales para la estructura: maderas (tableros laminados de pino y palta reciclados), herrajes, barnices, etc. MADERAS GOIMAR / IBARGOITIA/ Maderas Gabarró Hermanos y empresas de transporte y de construcción para adquirir palets usados.

Herramientas para la construcción: escuadradora, regresadora, cepilladora, taladro, atornillador, sierra circular (coneja), etc. DAMATOMACHINE

<https://www.damatomacchine.com/es/maquinas-de-carpinteria-usadas/minimax-410-k.html>

2-Inmuebles y logística

Inmuebles : Inicialmente se usará un pequeño pabellón en arrendamiento que pueda albergar el taller y el almacén. El uso se hará en arrendamiento por plazo prorrogable. Se localizará preferentemente en los polígonos de Gamarra y Betoño por ser las rentas más económicas debido a la oferta importante de los mismos. En este pabellón se realizarán tanto la producción del producto, como la venta directa.

Para facilitar la venta y promoción del producto, se establecerá una estrecha relación con ciertos establecimientos como floristerías, tiendas relacionadas con la agricultura, viveros o agropecuarias situados en la zona más céntrica del casco urbano. El objetivo de esta relación es que estos establecimientos ejerzan de “escaparate” del producto, ya que se encuentran en una zona con mayor tránsito donde tanto las personas que transcurran por la zona, como las propias usuarias de estos establecimientos puedan conocer de esta manera el producto directamente.

Vehículos: Inicialmente se utilizarán vehículos propios y en la medida de la necesidad se alquilará la correspondiente furgoneta, todo ello con la correspondiente contraprestación. Para los portes de gran tamaño o urgencia que no se puedan realizar mediante los vehículos propios se contratarán servicios de porte como los que proporcionan empresas como MRW o NACEX

3-Proveedores de accesorios y tecnología

Compra de accesorios a otras empresas

<https://www.gardena.com/es/productos/riego/sistema-micro-drip/set-de-terraza-y-balcon-extension/967039801.html>

Estos socios pueden proveer al proyecto de los accesorios necesarios para completar el producto, como lectores de humedad y ph, pequeñas herramientas manuales o sistemas de goteo que ayuden al fácil mantenimiento del cultivo.

Creación de la página web y mantenimiento de la misma: <https://www.veiss.com/>

Publicidad: Centros cívicos de Vitoria-Gasteiz y pueblos de alrededor y comercios céntricos que ejerzan de escaparate como “PLanTaLan”, “Floristeria arantza”, “Abeto” o “Olarán”.

Mantenimiento: SCM Group servicio de mantenimiento

Gestión de residuos: EKOTRADE - Transporte y gestión de residuos / ESCOR VITORIA y punto verde del Ayuntamiento de Vitoria - Gasteiz en Sansomendi - Ali.

La relación con estas entidades es de vital importancia para el proyecto de La Huerca, ya que garantizan el abastecimiento de materia prima para la producción de la estructura central del proyecto y también complementan este producto con accesorios muy útiles y atractivos. Además, ejercen una gran labor publicitaria, de reparto o de gestión de residuos generados a lo largo de la producción.

Ingresos:

En cuanto a los precios se pueden diferenciar dos tipos de precios; los fijos y los variables. En el siguiente apartado se estudian estos tipos de precios, los cuales se complementan entre sí y la planificación de ambos posibilitaron la realización de una valoración acerca del flujo de ingresos que se puede tener.

En cuanto a los precios fijos, estos equivalen a la venta del producto principal. Es decir, la estructura del jardín vertical. Cada modelo tendrá un precio establecido según el tamaño que tenga, diferenciándose tres modelos: tamaño pequeño (para balcones), tamaño meridiano (para terrazas estándar) y tamaño grande (para espacios abiertos como patios y azoteas).

Además del artículo principal, mediante los artículos accesorios también se obtendrán ingresos fijos: Sistema de riego por goteo, mini invernaderos adaptables, soportes para herramientas, sensores de humedad, temperatura y ph, packs de semillas, barnices ecológicos, etc.).

Para dar a conocer el producto se ofertarán cursos grupales (escuelas, centros cívicos, residencias de mayores, comunidades de vecinos, colectivos agroecológicos, etc.) en los que se explicará cómo usar el jardín para conseguir su mayor rendimiento. Se explicarán los pros y los contras del producto y los métodos de cultivo adecuados para cada lugar y temporada. Así como, cómo utilizar los artículos accesorios y cómo hacer un mantenimiento básico del producto. Estos talleres también corresponden a un ingreso fijo. Se tratará de promocionar este servicio en espacios colectivos para poder llegar a un grupo de gente lo mayor posible.

Una vez que el proyecto consiga un nivel de estabilización que permita diversificar las tareas, se tratará de afianzar clientes, poniendo a su disposición la opción de una suscripción que permita acceder a guías avanzadas con información específica de diferentes técnicas de cultivo, con consejos y testimonios de usuarios expertos, recomendaciones de uso y otras novedades sobre el producto.

Por otro lado, dado que es un producto que requiere de mantenimiento y supervisión, se pondrá a disposición del cliente un servicio específico para ello. Mediante este se asegura un mantenimiento de la estructura gracias a un tratamiento específico para las maderas y una

revisión del sistema de riego o de otros artículos accesorios. Para ello se pagará una cuota anual y de esta manera el proyecto se asegura otro ingreso fijo.

Estos ingresos fijos, se trata compensar nuestros gastos fijos (alquiler del taller, gastos energéticos, materiales, salarios, etc.).

Por otro lado, en cuanto a los gastos variables, se pondrá a disposición del cliente la opción de la personalización del producto principal (la estructura del jardín vertical). De esta manera, el cliente podrá adaptar el diseño original a un diseño acorde con el espacio en el que va a colocar el producto (tamaños, colores y dibujos) o el público que lo va a usar (diseños temáticos, infantiles y/o coloridos dirigidos a niños y niñas /colegios, colectivos...).

Además, en el caso de que la compra se haga de manera al por mayor, se aplicarán porcentajes de descuento por unidad, hasta un 15% por cada 5 estructuras solicitadas.

Por último, dentro de los precios variables, habrá que considerar los posibles descuentos puntuales por fin de temporada, por promociones, últimos lotes, etc.

El porcentaje del beneficio que constituye la venta de cada producto/servicio será el siguiente:

Producto o servicio	% del total
Estructura vertical	60%
Accesorios	20%
Talleres de formación	20%
Servicio postventa	10%
Personalizaciones del producto	5%
Suscripciones y guías	5%
Otros (promociones, venta puntual a terceros, etc.).	5%

Los precios de los productos y servicios vas a ser los siguientes:

Estructura huerto vertical:	
Tamaño pequeño	80€

Tamaño mediano	114 €
Tamaño grande	168 €
Accesorios:	
Sistema de riego por goteo manual	36 €
Mini invernadero adaptable	36 €
Sensor de humedad y ph	84 €
Sensor de temperatura	84 €
Pack de sensores	144 €
Soporte para herramientas	12 €
Pack de semillas	7.20 €
Diseño personalizado:	
Pintura y diseño decorativo	66 €
Adaptación de medidas	66 €
Barnizado especial	36 €
Otros servicios:	
Formaciones	Precio adaptado a cada taller/ espacio teniendo en cuenta el tiempo dedicado, el material, número de personas por grupo, desplazamiento, etc. Precio por hora: 85 €/h
Suscripción online	3€ mes/30 €/año
Mantenimiento anual	55 €
Pack y promociones	
PACK INICIO: Estructura pequeña + pack de semillas + soporte para herramientas	94.25 € (ahorras 5% = 5€)
PACK FAMILIAR: Estructura mediana + sistema de riego	222.3 € (ahorras 5% = 11.70 €)

manual + sensor de humedad y ph o temperatura	
PACK COMUNIDADES / COLEGIOS / CENTROS DE MAYORES: Huerto grande + sistema de riego manual + patch de sensores completo + suscripción anual a guías	364 € (ahorras 5% = 19.20 €)

Por otro lado, en cuanto a la forma jurídica que se adoptará para poder llevar el proyecto adelante será la de “Cooperativa” dado que el proyecto es pequeño por su envergadura económica y social (4 socios trabajadores, tres hombres y una mujer) y que prioriza la igualdad y la participación y la economía social de sus miembros .

En el siguiente apartado para promocionar el emprendimiento del proyecto, se tratará de acceder a diferentes ayudas económicas, las cuales serán un apoyo fundamental para poder impulsarlo. Para ello se ha realizado una búsqueda exhaustiva de posibles ayudas existentes para proyectos como el de La Huerca. Además, es importante mencionar, que el ser una Cooperativa, como se ha mencionado previamente, esta figura encaja muchas veces en los requisitos de muchas ayudas económicas porque La Huerca prioriza la igualdad, participación activa y economía social, que precisamente son los principios de una cooperativa. Tiene un enfoque social y comunitario, lo cual hace que los beneficios se distribuyan entre socios y se reinviertan en el proyecto, reforzando el impacto social y educativo del proyecto. Es por ello que como cooperativa es más fácil tener impacto social y comunitario, lo que refuerza la solicitud de ciertas ayudas como “Reto 20230” o subvenciones municipales.

A continuación se muestran las diferentes ayudas económicas estudiadas para poder tener un ingreso que promueva la impulsación de este proyecto. Posteriormente se hace un breve análisis de qué ayudas pueden encajar mejor con la idea del proyecto y con cuales se puede obtener un ingreso mayor y un apoyo adicional.

Ayudas del Ayuntamiento de Vitoria- Gasteiz:

- Cheque autónomos, dirigido a los que han tramitado su alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos y se hayan mantenido 12 meses ininterrumpidos desde aquella.
- Ayudas a la contratación de personas desempleadas que hayan superado acciones formativas impartidas por el centro municipal Ignacio Ellacuría.
- Ayudas dirigidas a testar en entornos reales soluciones innovadoras de interés público para la ciudad.

- Ayudas de Hazibide para proporcionar de manera minoritaria y temporal capital social.

Ayudas de Lanbide :

Ayudas al desarrollo de una idea empresarial: La cuantía de esta línea de ayuda será de 1.000 €. Dicha cuantía se verá incrementada en un 15% si la persona promotora es mayor de 18 años y menor de 30, y en otro 15% adicional si es mujer.

Ayudas al establecimiento del proyecto: Será objeto de subvención de esta línea las siguientes inversiones realizadas con los activos fijos directamente relacionados con la actividad: construcciones, excepto adquisición de locales, maquinaria, instalaciones, mobiliario, utillaje, equipos para procesos de información, etc.

El presupuesto subvencionable presentado no podrá ser menor de 5.000€.

La cuantía de esta línea de ayuda será de 3.500€. Dicha cuantía se verá incrementada en un 15% si la persona promotora es mayor de 18 años y menor de 30, y en otro 15% adicional si es mujer. En el caso de las Comunidades de Bienes y Sociedades Civiles, en ningún caso la subvención superará la cantidad de 10.000€ para el conjunto de socios/as.

Ayudas del Gobierno Vasco:

Programa de apoyo a personas emprendedoras (APE): Ofrece € 3.500 por persona promotora, con posibles aumentos del 15% si se es mujer y otro 15% si se tiene entre 18 y 30 años. Para comunidades de bienes y sociedades civiles, la ayuda no puede superar los €6.000.

Otras ayudas y programas:

Reto 2030: Concede €10.000 a cualquier emprendedor o empresa con actividad en Euskadi para mejorar el ecosistema emprendedor vasco.

Ayudas del SEPE:

Capitalización de la prestación por desempleo: Si estás cobrando paro, puedes solicitar que te lo ingresen de golpe para destinar ese dinero a montar tu negocio, invertir o pagar gastos iniciales/prestaciones sociales.

Ayudas y bonificaciones en la cuota de autónomos / Seguridad Social: Para nuevos autónomos (o quienes reemprenden), hay reducciones en la cuota de autónomos, lo que ayuda a reducir costes al iniciar.

Actualizaciones y ampliación del Kit Digital en 2024: En 2024 el Kit Digital se amplió. El objetivo es ofrecer nuevas oportunidades de crecimiento para empresas de todos los tamaños. La principal novedad es el incremento en

1.000 euros más de ayudas para microempresas y autónomos.

Aumento de cuantía para los autónomos a 3.000 €: Las empresas del segmento III ahora recibirán 3.000 euros, frente a los 2.000 del año pasado. En esta categoría se incluyen autónomos y empresarios con hasta 3 trabajadores.

Es importante recalcar que la medida tendrá carácter retroactivo. Quien haya recibido la ayuda podrá solicitarla otra vez para recibir la nueva cantidad.

Tras analizar las posibles ayudas existentes en la cual puede el proyecto de La Huerca encajar, se establece un plan de acción con respecto a ciertas ayudas:

Se establece un plan estratégico en el cual la principal ayuda económica en la que se puede apoyar el proyecto es Reto 2030 ya que es la ayuda con la cual el apoyo económico será mayor (10.000€) y se puede aplicar a cualquier emprendedor o empresa en Euskadi que mejore el ecosistema del emprendedor. Se trata de una ayuda más general en la cual ha de demostrarse que se el proyecto ejerce un impacto un valor social y que se trata de algo innovador. Es por ello que se apuesta por esta ayuda ya que La Huerca incide directamente en el ámbito urbano y educativo y en valores como la sostenibilidad.

Como ingreso complementario, se opta por acceder a las ayudas de Lanbide “Ayuda al establecimiento del proyecto” para poder cubrir activos fijos. Dicha ayuda aporta un ingreso base de 3.500€, el cual puede tener un incremento del 15€ por edad y otro 15€ por haber mujeres en el proyecto. Esta ayuda podrá financiar las compras de activos fijos como madera, mobiliario, herramientas, vehículos, instalaciones, etc. Además, esta ayuda puede tener un máximo de 10000€ en caso de sociedades civiles.

También, se valora la posibilidad de optar también de manera complementaria para reforzar la financiación a las ayudas del Gobierno Vasco: Programa APE. Dicha ayuda parte de una base de 3.500€ con un plus del 15% por edad y otro 15% si hay mujeres en el proyecto. Mediante esta ayuda se obtiene una ayuda directa a las personas emprendedoras.

Por último, al ser una cooperativa, cada trabajador, deberá estar de alta como autónomo y como se ha mencionado previamente, existen ciertas ayudas dirigidas desde el SEPE que ayudan al emprendimiento los primeros años de los autónomos. Es por ello que también se plantea el estudio y la aplicación de las ayudas precisas desde este ámbito.

Canales:

Con respecto a los canales en el proyecto de La Huerca, se hace referencia a los medios y puntos de contacto que conectan la propuesta de valor realizada en este proyecto con los clientes para comunicar, entregar y vender el producto y los servicios ofrecidos; comenzando por la publicidad, hasta los espacios de venta física.

Con respecto a la publicidad virtual, el producto se publicará en la página web oficial que será el canal principal. En él se podrá obtener información detallada de la empresa y sus valores, del producto, de los accesorios, así como de las formaciones que se ofertan.

Sobre la empresa, se aportará información acerca de cómo se creó y cuál es el objetivo principal de la venta de este producto, que se trata de promover valores como poner al alcance de todos los públicos la opción de cultivar. Promoviendo la educación ambiental y el trabajo en equipo al mismo tiempo que se le da una segunda vida a la madera que se recupera de los pallets utilizados.

Con respecto al producto se detalla tanto el material del que está hecho como los diferentes modelos que se ponen a la venta, el precio de estos y el método de empleo de cada uno, concretando cuál es el uso apropiado y cómo sacar el mayor rendimiento dependiendo del lugar en el que se coloque.

Además, se dará información sobre los productos accesorios que se pueden obtener, aportando información sobre el precio y de cómo emplearlas para optimizar el rendimiento del huerto.

Junto a esta información se dispondrá también una visión clara de la existencia de los packs de compra en los cuales la persona compradora podrá valorar el porcentaje de ahorro al acceder a ellos.

Por otro lado, dirigido a los espacios colectivos y comunitarios se promocionarán los cursos adaptados a las necesidades y características de estos. Para ello se facilitará un contacto directo y también un espacio virtual donde solicitar información enviando las características de los grupos y las necesidades de los mismos.

Mediante la web se pretende aportar toda la información necesaria para conocer el producto. Pero también será una plataforma en la cual se podrá tramitar la compra directa del producto, dando la opción de enviarla a domicilio o de recogerla en el taller de construcción.

Con respecto a la publicidad física, se colocarán carteles y folletos informativos en lugares como centros cívicos, escuelas, centros de mayores, floristerías, tiendas de plantas, viveros, etc. Es decir, tanto en espacios comunitarios y colectivos como en espacios relacionados con

la compra de productos destinados a la venta de plantas ornamentales y/o de producción agrícola.

Mediante estos canales se busca llegar de manera directa a nuestro público objetivo, especialmente a familias, niños/niñas, personas mayores y personas que ya tienen desarrollado un interés por la agricultura.

Una vez que el proyecto se haya estabilizado y las tareas se hayan automatizado, se plantea abrir una cuenta en Instagram donde publicitar el producto de manera continua y visual, creando contenido atractivo para el usuario, donde se muestre el producto en uso, métodos de mantenimiento, se compartan consejos de uso y experiencias satisfactorias de las personas usuarias. Como para ello se ha de disponer de tiempo para crear contenido o de ingresos suficientes como para contratar a una persona que lo haga, no se plantea esta opción desde el inicio, sino cuando ya se pueda llevar a cabo.

Los canales de venta física serán tanto el propio taller como otras tiendas colaboradoras (tiendas de plantas, agropecuarias, etc.). De esta manera se plantean dos opciones de compra directa, cada una con sus ventajas e inconvenientes.

Con respecto a la venta en el propio taller, este método de compra será práctica ya que se podrá hablar con los fabricantes directamente, pudiendo obtener consejos directos de estos. Además, al ser el taller un espacio situado en la periferia de la ciudad, el acceso y aparcamiento serán cómodos y estarán mayormente libres. No obstante, será indispensable acercarse hasta allá en un vehículo, limitando el acceso a personas que no dispongan de este o que no puedan trasladarse hasta el taller. La venta en el taller puede ser más cómoda en algunos sentidos, pero también será menos visual, por lo que los clientes tendrán que conocer el producto previamente, ya sea por la página web, por la publicidad física o por haber conocido el producto en tiendas que colaboran con la empresa.

Con relación a esta idea, las tiendas colaboradoras se plantean como herramienta que den a conocer la existencia del producto, acercándose así al núcleo urbano y ejerciendo de escaparate para las personas interesadas. De esta manera, el producto se da a conocer de manera que la gente lo puede ver montado y/o incluso en uso, ya que se puede utilizar uno de muestra. La accesibilidad a este espacio puede ser más cercana y apta para las personas que vayan a pie, pero también más aparatoso en caso de ir en un vehículo ya que puede haber dificultades a la hora de aparcar cerca.

Con respecto al precio del producto, este no será el mismo en los dos espacios ya que el producto que se venda en las tiendas colaboradoras deberán tener un precio incrementado para que estas tiendas puedan obtener un beneficio. De esta manera también se trata de que las personas que deseen un precio más barato se trasladen al taller, para conocer la empresa

de manera directa, favoreciendo la interacción directa con el cliente y así reducir costes del servicio de porte y/o los trámites costos de mediación con las tiendas colaboradoras.

En caso de ser necesario, se podrá recurrir a transporte externo (MRW u otras). Esto puede darse en los casos en los cuales se realice un pedido grande para colectivos y comunidades.

De esta manera se pueden determinar las fases de contacto con las personas clientes.

En la fase inicial de preparación se podrán clasificar tanto la publicidad en centros cívicos y tiendas colaboradoras, como la página web y futuras redes sociales.

La fase de evaluación estará compuesta por la información que se podrá obtener en la página web mediante los comentarios que pueden dejar las personas usuarias tras la compra. También en la atención presencial en el taller para las personas que se acerquen a este punto de venta de manera física.

En la fase de compra entrará la compra online mediante la página web, la venta directa en el taller y también en las tiendas colaboradoras.

La fase de entrega estará constituida por la recogida en taller o tienda colaboradora y el transporte en los casos necesarios.

Y, por último, con respecto a la postventa, se establecerá un canal de evaluación en la propia página web. Además, mediante el servicio de mantenimiento anual se podrá crear una relación directa y estrecha con el cliente tras haber obtenido el producto principal. Esto también se podrá mantener mediante las suscripciones a las guías avanzadas y la venta de accesorios, que posibilitan seguir manteniendo un contacto de manera continua y personal con los clientes más satisfechos.

Relaciones:

Para que la idea se desarrolle con éxito será de vital importancia crear una relación de confianza con las personas clientes. Dicha relación estará basada en el trato cercano y familiar, creando un ambiente de confort y seguridad para ellas. El objetivo será hacerlas sentir lo más cómodas posible para así poder establecer una comunicación abierta en la que puedan expresar sus necesidades y sus preferencias con libertad, y de esta manera poderles dar solución de la manera personalizada y creando una experiencia satisfactoria y una relación simbiótica en la que ambas partes se vean gratamente beneficiadas.

Uno de los objetivos principales será mantener el contacto con las personas clientes a largo plazo, afianzando la relación y asegurando unos ingresos continuos, los cuales garantizarán la durabilidad del proyecto y su viabilidad a largo plazo.

Para ello, además del producto principal, La Huerca, se pondrán a disposición de las personas compradoras los accesorios adicionales que pueden ser de gran ayuda una vez se ha iniciado el contacto con el cultivo. Estos productos permitirán mejorar y prolongar la experiencia con el huerto vertical.

También ofreciendo la posibilidad de disponer de guías de cultivo adaptadas a cada momento, consejos de cultivo y promociones mediante las suscripciones se busca un contacto continuo y complementario con la personas que quieran profundizar en su aprendizaje y sacarle la mayor rentabilidad al producto.

Y, por último, mediante el servicio de postventa en el que se pone a disposición de la persona cliente un mantenimiento anual, se pretende conseguir un flujo de ingresos fijos anuales y una relación basada en el cuidado del producto, así como de las personas que confían en él y en nuestro trabajo.

De esta manera, se busca que las personas que adquieran los diferentes productos y servicios están gratamente satisfechas para que ellas mismas también puedan dar una valoración muy positiva a sus personas cercanas, pudiendo generar así nuevos clientes debido a la satisfacción del cliente y los beneficios que le pueden aportar la Huerca y un contacto cercano con las personas proveedoras.

Para poder seguir mejorando el producto y la relación con las personas clientes, existirá siempre la opción de ponerse en contacto con las personas del proyecto mediante la sección abierta en la web, específicamente para recoger las valoraciones de las personas usuarias, usando el contacto que estará siempre a disposición de quien lo precise. A pesar de que una gran parte del contacto con el cliente será de manera automatizada o virtual (mediante la página web), se le dará mucha importancia a la satisfacción personal del cliente, tratando de crear una plataforma digital lo más confortable e intuitiva posible, y dando opción siempre a tener contacto telefónico con una persona e invitando abiertamente a las personas clientes a aproximarse al taller en el cual la asistencia si será personal. Uno de los objetivos de establecer relación con las tiendas físicas colaboradoras, será ofrecer una opción de asistencia personal y tal vez más cercana en ubicación y por lo tanto, probablemente más cómoda para las personas clientes.

Para promover la integración del cliente en el modelo de negocio, como ya se ha comentado previamente, existen opciones como las suscripciones o los espacios digitales de participación y valoración. Pero, además, serán de vital importancia los talleres que se impartirán en espacios colectivos y comunitarios, ya que estos forman parte de uno de los pilares del

proyecto, que es la educación ambiental y la importación de actividades cooperativas. Estos talleres generarán un contacto continuo con diferentes grupos de características muy diversas pero que podrán tener como referencia este servicio y producto cuando se trate de trabajar y promocionar estos valores.

Mediante estas acciones y estos mecanismos de integración se pretende convertir a la persona cliente en parte activa del proyecto. Generando una experiencia completa en la cual no solo se consuma un producto, sino que se cree una experiencia completa de aprendizaje continuo ya sea comunitario o individual.

Recursos:

Los recursos clave son los que permiten a una empresa desarrollar su oferta de proposición de valor, llegar hasta sus clientes, mantener relaciones con ellos y generar ingresos. En ellos se diferencian cuatro tipos, los recursos físicos, los humanos, los intelectuales y los financieros. Antes de poner el proyecto de La Huerca en marcha es importante hacer un estudio de estos cuatro factores. Muchos de los aspectos que completan estos factores se han estudiado y mencionado previamente, por lo que con el ánimo de no ejercer un estudio repetitivo, en el siguiente apartado se presenta una breve descripción de cada recurso y se contemplan los principales detalles.

Estos recursos deben estar ligados entre sí buscando su mayor eficiencia. De esta manera se busca diseñar, producir y comercializar el producto al mismo tiempo que se crea una relación cercana y de fidelidad con las personas clientes.

En primer lugar, cuando se habla de recursos físicos se hace referencia a el taller de producción y almacenamiento, la maquinaria básica de carpintería y los materiales necesarios para la creación del producto principal. Estos recursos, en conjunto, permiten llevar a cabo el proceso productivo. Este proceso, como se ha mencionado previamente, tiene intención de ser lo más respetuoso tanto con la ciudadanía como con el medio ambiente, es por eso que se basa en promover la producción y comercio local y de calidad, asegurando una producto final, resistente y duradera.

En segundo lugar, se encuentran los recursos humanos. En este aspecto el proyecto apuesta por un grupo de trabajo compuesto por perfiles que se complementan a la hora de trabajar. Para ello, la principal de las cualidades que se busca es la capacidad de trabajar en equipo, poniendo en el centro la comunicación y la cooperación. A esto también se le suman los conocimientos en carpintería y cultivos, así como los valores de sostenibilidad, educación y producción respetuosa con el medio natural y social. Por otro lado, y en relación con esta última idea de cooperación, el proyecto valora que las aportaciones que pueden hacer las

personas usuarias son muy importantes, ya que dan mucha información sobre la utilidad, practicidad y comodidad del producto. Es por ello que el capital humano resulta fundamental para asegurar un producto bien diseñado, funcional y adaptado a las necesidades del público.

En tercer lugar, los recursos intelectuales también juegan un papel esencial, ya que el proyecto se mantiene gracias a conocimientos concretos de carpintería y de cultivo urbano. Así como de sostenibilidad y de reciclado y reutilización de materiales, junto al tratamiento que ha de aplicarse a estos últimos. Además de los conocimientos necesarios para desarrollar las guías informativas de apoyo que se ofrecen, las cuales aportan un valor añadido al producto y refuerzan la propuesta de valor de La Huerca.

Por último, los recursos financieros proceden principalmente de la venta de los productos y servicios/talleres ofrecidos y del acceso a ayudas y subvenciones públicas vinculadas al emprendimiento, la economía social y los proyectos con impacto ambiental y comunitario. Estos recursos posibilitan realizar la inversión inicial necesaria para impulsar el proyecto, ya que las primeras fases suelen ser las más complejas.

Actividades:

No externalizable: el diseño y la producción de la estructura.

Externalizables: la adquisición de elementos accesorios y de guías.

En este proyecto, existen dos tipos de tareas, las externalizables y las no externalizables. Las primeras son tareas que pueden realizar expertos externos para reducir costes y la segunda son actividades estratégicas que deben realizarse de manera interna. Todas estas tareas ayudan a que la empresa tenga éxito.

La producción del huerto vertical, es la principal actividad que incluye el diseño, la fabricación de las estructuras de madera reciclada y el montaje de los distintos modelos. Esta actividad resulta fundamental ya que determina la óptima calidad del producto como resultado de integrar la intelectualidad del trabajo y la no menos necesaria realización manual, en perfecta simbiosis con los diferentes espacios urbanos.

Otra actividad clave es la comercialización y distribución, que abarca la venta directa en el taller, la venta a través de la página web y la colaboración con establecimientos asociados que actúan como escaparate del producto. Estas acciones realizan la tarea de visibilizar el producto para que pueda llegar a los distintos perfiles de clientes. Acercando de esta manera el producto al público objetivo establecido: personas sensibilizadas con el medio natural y con la producción sostenible.

Asimismo, el proyecto de la Huerca trata de fomentar la formación de la población, tratando de sensibilizar y acercarla a un modelo de producción responsable y saludable, generando

hábitos positivos para la salud física y mental, al mismo tiempo que genera vínculos manuales y afectivos. Para ello, se centra en la impartición de talleres en espacios comunitarios con grupos de características muy diversas.

Como se ha mencionado al principio del apartado, dichas actividades se clasifican en dos grupos. Es por ello que tanto el diseño como la producción de la estructura de La Huerca, como la implantación de talleres en espacios comunitarios, se clasifican dentro de las tareas no externalizables. Al contrario que la comercialización y la distribución del producto, ya que estas tareas, sí las puede realizar una persona no especializada. Es importante realizar el estudio de estas tareas y otras que completen el proyecto para poder ordenar y categorizarlas.

Costes:

Los costes fijos hacen referencia a aquellos gastos necesarios para el funcionamiento del proyecto. Estos gastos comprenden el alquiler del taller, los gastos de energía, herramientas, el mantenimiento de estas, la gestión administrativa, el mantenimiento de las instalaciones, de la página web, y los vehículos de transporte, etc. Estos costes siempre se mantienen de manera estable, siendo independientes de los ingresos obtenidos por las ventas. Es por ello que son un factor muy importante a la hora de establecer un objetivo de ventas, ya que el conjunto de gastos fijos debe quedar cubierto para no tener pérdidas. Y para que el proyecto sea viable los ingresos deben ser mayor que estos gastos fijos.

Por otro lado, los costes variables son aquellos que están directamente relacionados con la fabricación y venta de la estructura de huerto vertical. Para ello se tiene en cuenta los gastos en la adquisición de materiales de fabricación (herrajes, maderas recicladas, acabados, etc.). Estos costes serán mayores o menores según la cantidad de productos que se produzcan. Junto a los costes fijos, los costes variables deben tenerse en cuenta para poder calcular con exactitud la viabilidad del proyecto.

Por otro lado, ha de tenerse en cuenta que no todos los costes se contemplan como gastos, sino que también existen costes que se comprenden como inversión, los cuales se amortizan y se les sacará rentabilidad a medida que se vayan utilizando. Estos gastos pueden ser, por ejemplo, lo invertido en las herramientas, ya que gracias al gasto en su adquisición se puede producir el producto, y a medida que se vaya generando ganancias con este se amortizará el gasto realizado en la maquinaria, recuperando de esta manera la inversión inicial.

En conjunto, la estructura de los costes está diseñada de tal manera que se trata de mantener un equilibrio entre los costes. De esta manera se realiza una planificación detallada de la relación costos-ingresos para evaluar si la empresa puede ser rentable.

En la siguiente lista se mencionan algunos de los gastos fijos que existen en el proyecto de La Huerca.

- Herramientas para la construcción: escuadradora, regresadora, cepilladora, taladro, coneja, etc.
- Personal (en el taller y en la tienda)
- Vehículos y portes
- Taller y suministros
- Alquiler del local (tienda) y suministros
- Creación de la página web y mantenimiento de la misma
- Publicidad
- Mantenimiento
- Gestión de residuos

Especificaciones de compra:

Maderas → Maderas Ibargoitia

herrajes → Herrajes Ocariz, S.A.

barnices → Alavesa de Pinturas S.A.

Maquinas estacionarias

- Escuadradora → [Escuadradora Industrial SAC](#) → Precio 3.937 €
- regresadora → [Holzkraft minimax fs 52es TERSA Digital](#) - sofort
→ Precio 11.990 €
- Taladro → [Taladro IBARMIA S 25/32](#) → Precio 4.800 €
- Coneja → [SIERRA CIRCULAR MAKITA SP6000](#) → Precio 169 €

Taller → Nave de jundiz 600 m² → Precio de alquiler 2.000 €

Local → [Vitoria, Centro, de 90 m2 por 100.000 €, Ref. loc0647 - calle Florida](#)

Publicidad

	Anuncios 1 Página	Anuncios 1/2 Página
El Mundo País Vasco	5.446 €	2.844 €
El País Ed. País Vasco	5.300 €	3.468 €
Diario Noticias de Álava	2.900 €	-
Instagram	3 €	8 €
Facebook	10 €	15 €

Tras este breve estudio de los posibles gastos que pueden existir, se valora que existen gastos muy elevados que resultan inviables en un inicio, como puede ser la compra de una regresadora. Es por ello que se plantean otras opciones como el acceso a estas herramientas desde un alquiler, acumulando todas las tareas a realizar con la regresadora en un mismo momento y realizandolas de manera organizada con una máquina alquilada.

Se valora también que el alquiler del local en el polígono industrial de Jundiz puede ser elevado, ya que otros polígonos como Betoño o Gamarra pueden ser considerablemente más baratos, ya que son polígonos que no están tan conectados con salidas comerciales aéreas (por su cercanía con el aeropuerto) y terrestres (por su cercanía con la autovía).

Por último, se valora inviable la inversión estudiada en publicidad en prensa, ya que tiene un coste muy elevado. Se valora impulsar otras vías publicitarias previamente mencionadas, como folletos, carteles físicos o la creación de una página web y redes sociales como instagram o facebook.

Mediante este tipo de pequeños rastreos y estudios se puede llegar a conclusiones en las que se descarten ciertos gastos y/o inversiones y se impulsen otros, valorando la situación del momento de la empresa y programando cada gasto teniendo en cuenta la fase en la que se encuentre el proyecto.