

1. DESCRIPCIÓN DE LA COMPAÑÍA

D'Lirios es una empresa enfocada al negocio de la venta de flores a través de Internet, la misma que le brinda al cliente la facilidad de armar el o los arreglos florales de acuerdo a la ocasión o su preferencia personal, para lo cual se proporciona el catálogo electrónico de flores. Los arreglos pueden ser acompañados de regalos complementarios como peluches, chocolates, licores, frutas, globos y perfumes.

La página web le permite realizar el pago de productos a través de tarjetas de crédito, lo que le brinda mayor facilidad al cliente para adquirir nuestros productos, sin embargo, D'Lirios cuenta con servicio de cobranza a domicilio para las personas que deseen pagar en efectivo o cheque.

2. ANÁLISIS DEL SECTOR Y LA COMPAÑÍA

La empresa D'Lirios se verá levemente afectada dado que el Tratado de Libre Comercio no contempla barreras para el mercado de las flores del Ecuador. En cuanto a las tendencias sociales y culturales, vemos una gran oportunidad ya que los ecuatorianos somos personas cálidas y sensibles, y las festividades son celebradas independientemente de la situación económica.

El sector florícola del Ecuador es muy diverso, ofrece variantes de flores y su producción anual es aproximadamente de 150'000.000 de unidades que convierte al Ecuador en uno de los productores más importantes de la región americana. Según el INEC, el Ecuador exporta el 68% de su producción y el 32% es de consumo local y eso corresponde a 48'000.000, de los cuales 6'400.000 se consume en Guayaquil.

En el mercado de Guayaquil existen tres canales de distribución que son: Floricultura del Ecuador S.A., Productores Asociados de Flores del Ecuador y Distribuidora San Luis.

COMPETIDORES

La competencia directa está representada por aquellas florerías que ofrecen servicios similares al nuestro y están enfocados a atender al mismo mercado que deseamos obtener.

Los productos sustitutos de las flores son únicamente las artificiales, pero los segmentos a los que nos enfocamos son el empresarial y ejecutivo que no utilizan flores artificiales.

Al no existir barreras de entrada al sector de venta de arreglos florales en Guayaquil, la amenaza de entrada de nuevos negocios es grande, ya que es un idea fácil de copiar, por lo que la estrategia a utilizar es la diferenciación en el servicio de entrega a domicilio, la selección de los arreglos a través de la página web y las opciones de productos complementarios.

3. ANÁLISIS DE MERCADO

El servicio que la empresa D'Lirios brinda, está basado en la comodidad que brinda al cliente, quien no posee tiempo de ir hasta la florería, pero que con una llamada o con un clic desde su computadora, puede obtener una o varios arreglos florales.

La empresa contará con una página web, que permitirá hacer sus compras en línea, además de elegir complementos, registrar eventos, actualizar agenda, registrarse como usuario y pagar con tarjeta de crédito.

El arreglo más económico costará \$25,00, el precio máximo dependerá del requerimiento del cliente.

A continuación mencionaremos las debilidades y fortalezas de este negocio:

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Entrega puntual a domicilio.	Precio medio alto.
Créditos y pago electrónico.	Empresa sin posicionamiento en el mercado.
Costos bajos en transporte.	Falta de experiencia.
Base de datos de clientes.	
Página web agradable y dinámica.	
Variedad de complementos al arreglo.	
Criterios de búsqueda combinados (precios, ocasiones, etc.)	
Marketing vía Internet.	
Personalización de mensaje en el arreglo.	
Costos bajos de almacenamiento.	

NUESTROS CLIENTES

Nuestros clientes potenciales son personas de ambos sexos, con edad comprendida entre 24 y 50 años, que manejan una cuenta bancaria y/o tarjeta de crédito y residan en

cualquier sector de la ciudad de Guayaquil y cuyo status socioeconómico esté ubicado en las clases sociales alta, media alta y media.

Otro segmento lo constituyen las empresas que buscan atender sus compromisos corporativos, las iglesias, los clubes quines en sus respectivos eventos requieren cantidades considerables de arreglos florales y decoraciones en sus instalaciones.

4. PLAN DE MARKETING

ESTRATEGIA DE PRECIOS

Hemos establecido un rango de precios promedio de los arreglos florales, los mismos que fluctúan entre los \$25 y \$40. El margen de utilidad unitario para cubrir la inversión es de \$12.

En el supuesto que se presente una guerra de precios en el mercado, el precio puede variar desde \$20 hasta los \$14, reduciendo el margen de utilidad desde el 60% al 30%, lo cual permitiría pagar los costos fijos, el costo variable y la amortización de la deuda por la inversión inicial.

Según nuestra proyección de ventas, nuestro punto de equilibrio promedio se ha determinado en 115 arreglos florales al mes, lo que permite obtener ingresos que superan los costos totales.

ESTRATEGIA DE VENTAS

Pensando en los clientes que no acostumbran a regalar flores pero que están dispuestos hacerlo, hemos preparado informativos con los beneficios que la empresa ofrece. La forma de establecer contacto será por medio de la venta personalizada, telefónica, referencias de amistades y con la aplicación de la página web.

La estrategia de venta enfatizará los elementos diferenciales del servicio, como son: agilidad en la atención, profesionalismo en la elaboración del producto y entrega oportuna.

Hemos desarrollado un slogan que identifica nuestras fortalezas como empresa y a su vez, le brinde confianza al cliente.

Slogan: **“Lo puedes expresar con D’Lirios”**

Nuestra cobertura será la ciudad de Guayaquil, enfocándose en los sectores empresariales del norte, sur y centro de la urbe.

ESTRATEGIA PROMOCIONAL

Aunque las fechas de mayor demanda son el 14 de febrero y el día de las madres, impulsaremos la venta en otras fechas de renombre como el día de la mujer, el día del padre, el día de la secretaria, la navidad y el día de los difuntos.

Para los meses que no dispongan de fechas importantes, se ofrecerán descuentos promocionales. Los medios promocionales que hemos establecido son:

Publicidad a través de la página web. Visitas a clientes para dar a conocer el producto y conocer requerimientos.

ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

Los arreglos se distribuirán desde nuestro propio local a través de los medios de transporte propio.

Para garantizar el cuidado del producto en la transportación, los vehículos poseerán en la parte anterior u contenedor hecho de acrílico de aproximadamente 50x50x80 cm., con tapa, que permita transportar un arreglo sin que este sufra daño alguno.

En cuanto al inventario de materia prima, no se tendrán problemas de bodegaje, debido a que ésta será pedida en base a la programación o agenda de los clientes, eso permite una correcta planificación de la fabricación y el mantenimiento de un stock mínimo dentro del local.

Así también, el producto terminado se registrará en base a la programación de agenda de los clientes.

5. DESCRIPCIÓN DE LOS ELEMENTOS EN LA PÁGINA WEB

Como parte del servicio, hemos considerado la página web. Para acceder a la página web el cliente deberá hacer uso del Internet, y una vez obtenido el ingreso, podrá realizar las siguientes consultas:

- ✚ Arreglos florales
- ✚ Complementos
- ✚ Rangos de precios
- ✚ Tiempo de respuesta
- ✚ Paquete floral
- ✚ Pagos
- ✚ Distribución

- ✚ Fecha y hora de entrega
- ✚ Tarjeta de recuerdo
- ✚ Recordatorio

El proceso arranca con el pedido del cliente, él determina los requerimientos del arreglo, y esa información es procesada. Luego se determina la forma de pago, la cual puede ser a crédito con tarjeta o al contado.

Una vez realizada la transacción comercial, se toman los datos para el despacho como la fecha de entrega y la dirección dentro de la ciudad.

Finalmente se genera la orden de producción para la planificación de compra de materia prima. Para conseguir este objetivo, se tendrá convenios con los proveedores de flores para que ellos nos hagan entregas diarias, gracias a la orden de producción planificada que nos brinda la base de datos de clientes.

6. ANÁLISIS TÉCNICO

EQUIPOS

Los equipos principales son:

- 3 Computadoras
- 1 Fax
- 1 Impresora
- 1 Mesa de trabajo
- 3 Escritorios
- 1 Vitrina de 200 x 200 x 60cm de aluminio y vidrio, lo cual permite mostrar el producto terminado.
- Transporte para los arreglos florales

UBICACIÓN GEOGRÁFICA

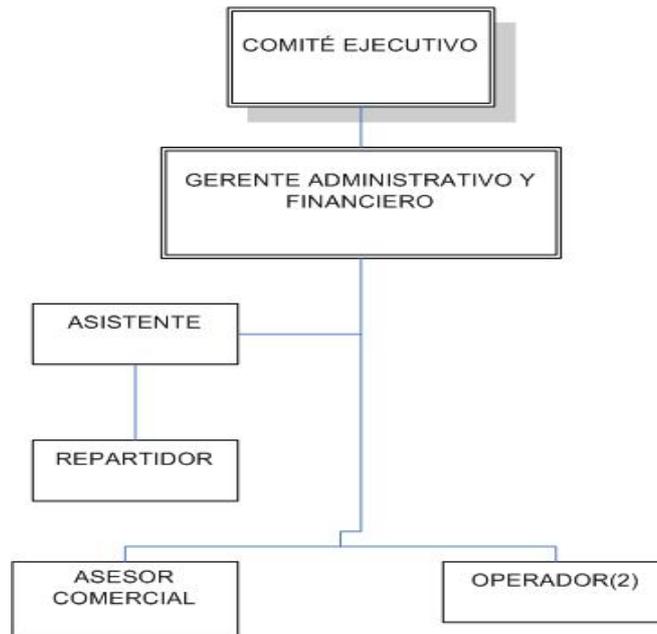
La empresa está ubicada en la ciudadela Juan Tanca Marengo, Mz. Q, Villa 6, en el norte de Guayaquil, por considerado estratégico.

A su vez, permite estar cerca del proveedor que está ubicado diagonal al Estado Modelo. El área requerida es de aproximadamente 60 metros cuadrados, la construcción es de hormigón, suficientemente ventilada y segura, también se cuenta con aire acondicionado que permite obtener confort a la hora de atender a los clientes.

7. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

Se ha diseñado un organigrama tipo funcional con sus respectivas líneas de autoridad para que exista una clara definición de actividades y roles de cada integrante de D'Lirios.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE "D'LIRIOS"



8. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

El negocio requiere de una inversión inicial de USD \$9,400 que se utiliza para la compra de activos necesarios, trámites legales, capital de trabajo, contrataciones de personal, elaboración de página web, arriendos y gastos varios de adecuación de local. Dentro del capital de trabajo se incluye la compra de materia prima para las actividades operativas de producción de los primeros dos meses, ya que se espera recuperar cartera de cuentas por cobrar dentro de este período.

Los inversionistas tendrán el retorno de la inversión inicial al final del primer año de operación, con un Valor Actual Neto de USD \$7,800 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 42%, eso en base a nuestra proyección de ventas. Después del primer año, la empresa estará libre de deudas y se manejará con capital propio, incrementando sus utilidades.

Los créditos se pagarán mensualmente, de acuerdo a nuestro flujo de efectivo proyectado, con un interés del 12% que es la tasa activa que manejan los bancos de la



localidad, esto representa un desembolso aproximado de USD \$900 constituyéndose en un costo fijo por financiamiento durante el primer año.

El inversionista recuperará la inversión en un lapso no mayor a un año, a una tasa del 12% anual, lo cual es considerablemente aceptable para cualquier ente financiero, en cuanto a la TIR, ésta es relativamente elevada, lo cual es atrayente para cualquier inversionista.