"PROYECTO DE EVALUACIÓN FINANCIERA DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CREACIÓN, MANTENIMIENTO Y REDECORACIÓN DE JARDINES, DIRIGIDA A LA CLASE SOCIAL ALTA Y MEDIA ALTA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL Y SAMBORONDÓN"

Candy V. Costa Ordóñez [1], Mónica P. Merino García[2], Maria Elena Romero Montoya[3]
[1] Ingeniera Comercial y Empresarial, Especialización Finanzas 2007, Escuela Superior Politécnica del Litoral; email: ccosta@espol.edu.ec
[2] Ingeniería Comercial y Empresarial, Especialización Finanzas 2007, Escuela Superior Politécnica del Litoral; email: pmerino@espol.edu.ec
[3] Director de Tesis, Economista, Escuela Superior Politécnica del Litoral 1998, Master en Finanzas, 2000; Profesor de ICHE ESPOL desde 1999; email: meromero@espol.edu.ec

Resumen

Este proyecto partió de la idea: ¿Quién no desearía tener un bonito jardín? Es por esto que se empezó a estudiar el mercado de esta clase de negocios, ya que hay algunos establecimientos que se dedican a la venta de plantas pero no específicamente a crear jardines y si existen no hay muchos o no son conocidas, es por esto que se elaboró este documento para satisfacer esa necesidad. "El Madrigal" como llamamos a la empresa, ofrece servicios de creación, mantenimiento y redecoración de jardines, además vende de plantas y flores al por menor y menor y da servicios de asesoría para la creación o remodelación de los jardines. En cuanto a la creación de jardines, se ha creado combos para que el cliente pueda escoger entre los que más le guste o pedir uno a su gusto.

Lo primero que se realizó un análisis macroeconómico que buscó determinar en base a variables como el PIB, Indicador de confianza del consumidor, Balanza Comercial, Tasas del Banco Central del Ecuador, Inflación, Exportaciones, Índice de Bolsa y el Índice de Confianza Empresarial; el ciclo económico del país y relacionarlo con la posibilidad de ejecución del proyecto. Al ubicarse, el ciclo económico, en la etapa expansiva era factible la ejecución del proyecto. Luego se procedió a hacer un el estudio de mercado, mediante encuestas a una muestra de la población, entrevistas con expertos y recopilación de datos secundarios para poder identificar el perfil del cliente y de esta manera plantear estrategias de Marketing para atraer al mercado objetivo. A los clientes se los segmento por clase social alta y media alta, debido a los altos del servicio.

En conclusión se realizó el estudio financiero a través de las herramientas financieras como son el VAN, la TIR, Payback, Cristal Ball con los cuales se obtuvo los siguientes resultados: una inversión inicial de $11612.53, una rentabilidad de 25.74%, y una recuperación de la inversión de en el año 2. Y mediante el programa Cristal Ball determinamos que las variables más sensibles son la tasa patrimonial y no son sensibles el precio y la cantidad.

Palabras claves: *Creación de jardines, mantenimiento, remodelación, intereses, flores, plantas, combos, mercado potencial, inversión, rentabilidad.*

Abstract

This project left of the idea: Who would not want to have a beautiful garden? It is for this reason that you began to study the market of this class of business, since there are some establishments that are devoted for sale of plants but not specifically to create gardens and if they exist there are not many or they are not known, it is for this reason that this document was elaborated to satisfy that necessity. "The Madrigal" like we call to the company offers creation services, maintenance and redecoration of gardens, also sells of plants and smaller and smaller flowers and gives consultant ship services for the creation or remodelling of the gardens. As for the creation of gardens, combos have been created so that the client can choose among those that more he likes or to request one to her pleasure.

The first thing that was carried out a macroeconomic analysis that looked for to determine based on variables as the GDP, Indicator of the consumer's trust, Commercial Scale, you Appraise of the Central Bank of the Ecuador, Inflation, Exports, Index of Bag and the Index of Managerial Trust; the economic cycle of the country and to relate it with the possibility of execution of the project. When being located, the economic cycle, in the expansible stage *was feasible the execution of the project. Then you proceeded to make a the market study, by means of surveys to the population's sample, interviews with experts and summary of secondary data to be able to identify the client's profile and this way to outline strategies of Marketing to attract to the objective market. To the clients you the segment for class social high and half discharge, due to the high of the service.*

In conclusion he/she was carried out the financial study through the financial tools as they are the VAN, the TIR, Payback, Glass Ball with which it was obtained the following results: an initial investment of $11612.53, a profitability of 25.74%, and a recovery of the investment of in the year 2 and by means of the program Glass Ball determines that the most sensitive variables are the patrimonial rate and they are not sensitive the price and the quantity.

Key words: Creation of gardens, maintenance, remodelling, interests, flowers, plants, combos, market potential, investment, profitability.

Introducción

El presente documento se elaboró con la finalidad de ver cuan importantes son las plantas para nuestras vidas, ya que gracias a ellas las personas pueden gozar de un aire más puro. Hoy en día existe un problema muy grande como es el calentamiento global y la siembra de plantas y las creaciones de jardines es una pequeña ayuda a esta situación, ya que los árboles y las plantas absorben y almacenan el gas clásico de invernadero emitido por los coches y plantas eléctricas, el dióxido de carbono (CO_2), antes de que tenga la posibilidad de alcanzar la estratósfera donde ayuda a atrapar el calor alrededor de la superficie de la tierra, por este motivo se pueden considerar como los “resumideros de carbono” más eficientes de la naturaleza.

Este proyecto se emprendió principalmente para cubrir la necesidad de los clientes amantes de la naturaleza que deseen decorar sus hogares o trabajos con plantas y flores, también para las personas que de una manera u otra buscan contribuir al medio ambiente, teniendo plantas, etc. Si bien es cierto existe competencia para este tipo de negocios pero estos no se encuentran dirigidos al segmento de mercado al que se dirige “El Madrigal” y estos tampoco cuentan con asesoría o combos de jardines para que el cliente pueda escoger el jardín que desea crear.

Otro motivo por el cual el negocio es bueno, es porque hay mucha gente que gusta de las plantas y las decoraciones, debido a las tendencias de la moda. Hoy en día la mayoría de las casas en el norte de la cuidad, entre Ríos y demás zonas donde se encuentra ubicada la personas de clase alta o medía alta, posee un jardín en su hogar o desean tener uno. Es por esto que se quiere aprovechar este nicho de mercado que esta dispuesto a contratar esta clase de servicios.

La sustentación de la creación de este establecimiento es el objetivo de este escrito, el cual se traduce en la determinación de la factibilidad no sólo de tipo económica sino en otros ámbitos importantes.

Contenido

Para la evaluación de la factibilidad de este proyecto se dividieron los factores que se estudiaron en títulos.

1. Perfil del Proyecto

1.1. Descripción del servicio.

Es un negocio enfocado a la creación, mantenimiento y redecoración de jardines, que involucra una asesoría en cuanto a decoraciones.
El producto se compra a los diversos proveedores para ser almacenados en un lugar totalmente adecuado, el mismo que debe ser supervisado por personal capacitado.

Para el servicio de jardinería se requiere de jardineros profesionales, de los cuales unos se encargan de las tareas dentro del establecimiento y los restantes de las actividades requeridas por nuestros clientes fuera del local.

Para este negocio se ofrece muchas variedades de plantas y flores como por ejemplo: ornamentales, de campo, silvestres, de sombra, y en el caso de las plantas también se ofrece las de asfalto.

El producto como se menciona anteriormente es vendido por combos de jardines preestablecidos y/o personalizados de acuerdo a los gustos y preferencias del cliente; además de la venta unitaria de plantas tanto a florerías, locales de decoración de eventos, así como también a clientes de manera directa.

Esta empresa da otra alternativa para que la gente compre plantas y flores en un lugar comercial de la cuidad de Guayaquil. Este proyecto cubre la necesidad de que muchas de las personas que posean un patio puedan adornarlo con plantas y flores a su gusto y a precios accesibles, así como ayudar al abastecimiento rápido de estos productos a ciertos locales cuando así lo requieran.

1.2. Objetivo General

Medir la factibilidad de financiamiento en una empresa dedicada a la creación, mantenimiento y redecoración de jardines para la cuidad de Guayaquil y Samborondón.

1.2.1 Objetivos específicos

1. Efectuar un estudio de mercado, para determinar la demanda y oferta existente y con los resultados arrojados elaborar planes de marketing, con la finalidad de que los clientes conozcan la calidad del servicio.

2. Determinar los requerimientos técnicos y legales necesarios para la creación y constitución de la empresa.
3. Elaborar un estudio financiero y económico del proyecto para determinar la viabilidad del mismo, por medio de la determinación de la tasa de rentabilidad mínima requerida del proyecto así como su estructura de capital en base al uso de herramientas financieras.

4. Proyectar estados financieros para cinco años y el posterior uso del método de flujo de caja descontado para su valoración.

1.3. Justificación

Este tema se adopta porque a parte de ser interesante ayuda en la solución de los problemas antes mencionados que involucran factores importantes como: economía, salud ambiental y mejoras en el planeta, área social, etc.

En área económica debido a que contribuye al crecimiento del negocio de las flores y plantas en el país. Además el Ecuador tiene una gran ventaja porque produce una gran diversidad de flores y plantas para satisfacer los gustos de los clientes.

En el área de salud ambiental, este proyecto contribuye a la lucha contra la deforestación, el calentamiento global y de más problemas para mejorar el planeta.

En el área social contribuye a satisfacer las preferencias en decoraciones con plantas, según la moda. Y por último la utilización de las plantas como método de relajación y para equilibrar la vida espiritual con el Feng Shui.

2. Estudio del Mercado Potencial

2.1. Demanda Potencial

La demanda potencial es todo el sector geográfico que comprende la clase alta – media alta de la ciudad de Guayaquil y Samborondón, los mismos que comprenden:

Cuadro 1
Demanda Potencial

2.2. Oferta.

Guayaquil.						
Mercado:	%	P.Urbana	Población	Estratos	% Crec.	Total
alta	0,08	1985379	158830	31766	0,03	36531
media- alta.	0,15		301778	60356		60356
Total						96886
Samborondón						
Mercado:	%	Población	Población	Estratos	% Crec.	Total
Clase Alta	0,08	45476	3774,508	754,9	0,02	863,61
Total						863,61
Total						97750

2.2.1Competidores Directos

Se considera competidores directos debido a que sus actividades son similares al negocio que se intenta crear, con la única diferencia de que muy pocas de estas empresas son conocidas por pequeños consumidores, ya que la mayoría se dedica a realizar este trabajo en grandes magnitudes como en parques, establecimientos públicos, monumentos, y formación de jardines en urbanizaciones, etc.

Dentro de la competencia que se dedica a este tipo de trabajos tenemos: Litorti S.A., Fundación Jardín Botánico, Dicrupsa S.A., Fresflor. Esta clase de empresas se dirige a clientes de clase más alta, ya que como se mencionaba anteriormente realiza trabajos en grandes dimensiones.

Por el otro lado se encuentran los viveros como: D' Jardines, Jardinería Borita, Flor de Lotto, Jardines y Decoraciones Freiga, Plantilandia y Garden Store que se dedican a la venta de plantas de jardín, a la creación y mantenimiento de jardines para hogares, negocios y de más lugares pero no en la misma proporción que las empresas antes mencionadas. Todas estas empresas están dirigidas a toda clase de clientes, ya que sus plantes y flores tienen precios altos y bajos, es decir que sus productos son asequibles para toda persona[1].

---

[1] Fuente: investigación exploratoria: información proporcionada por las mismas empresas.

2.2.2. Competidores Indirectos

Entre los competidores indirectos se encuentran todas las floristerías de la cuidad, ya que se dedican a la venta de flores, arreglos florales y de mas plantas para decoraciones tanto de eventos, fiestas y demás ocasiones. Se los considera como indirectos, porque de una manera u otra se dedican a la venta de plantas y decoraciones, claro esta que no es de jardines. Para realizar la investigación de los competidores indirectos se llevo a cabo una investigación exploratoria en la cual se determino que los competidores más importantes son:

El Mercado de flores Municipal
Florería Flores Naturales
Flores Exóticas del Ecuador S.A.
Florería Arte flor.
Detalles y Rosas.
Los Helechos.
Florería y Distribuidora Eclipse

Se determinó que estos establecimientos son los más representativos debido a que la gente los conoce más y tienen mayor acogida. Esta información se obtuvo de un pequeño sondeo en el mercado.

3. Investigación de Mercado

3.1. Diseño de Investigación

Los métodos de investigación que se utilizaron fueron: la investigación exploratoria y la descriptiva.

Se dice que fue exploratoria porque se hizo uso de datos secundarios y entrevistas con expertos, estos datos permitieron la determinación de la demanda y los competidores, por último fue descriptiva por el uso de las encuestas

3.2. Segmentación de Mercado

La segmentación del mercado se la realizó de la siguiente manera:

- Geográficamente: por las zonas donde se ubica la gente con dinero.
- Psicográficamente: para las personas que amen la naturaleza y quiera contribuir a las mejoras del planeta.
- Comportamiento: por el comportamiento de los usuarios, en practicas del Feng Shui, etc.
- Demográfica: se hace una segmentación por la edad teniendo en cuenta el poder adquisitivo.

4. Plan de Marketing

El plan de marketing es muy importante, ya que este se encuentra muy relacionado con el plano financiero. Se establece un plan de marketing con el fin de crear estrategias que ayuden a alcanzar niveles de ventas óptimos, para tener una buena rentabilidad, otro punto importante es que gracias a las estrategias que se pueden aplicar, el período de recuperación de la inversión puede reducirse. Y por último este plan ayuda a las empresas a ser más competitivas con respecto a los demás oferentes del mercado, a captar mercado mediante las estrategias de publicidad y de precios.

Es por esto que se puede decir que el plan de Marketing es una herramienta que sirve de base para los otros planes de la empresa; asigna responsabilidades, permite revisiones y controles periódicos para resolver los problemas con anticipación, convirtiéndose de este esta manera en un poderoso instrumento de gestión para la empresa.

El Plan de Marketing es, un documento de trabajo donde se pueden definir los escenarios en que se va a desarrollar un negocio sus los objetivos específicos .Se utiliza también para identificar oportunidades, definir cursos de acción y determinar los programas operativos.

4.1. Estrategia de Precio

La estrategia de precio se determinó en base a los resultados de la encuesta, en donde se estableció que estaría dentro del rango de los \$400a \$500 por cada uno de los servicios ofrecidos.

4.2. Estrategia de Plaza

La estrategia de la plaza incluyo la comercialización y distribución. Se optó por la incorporación de una fuerza de ventas que promueva al Centro hacia los clientes potenciales.

4.3. Estrategia de Promoción

La promoción se enfocó en la publicidad por los siguientes medios como: televisión, periódicos, Internet, folletos, Marketing de boca en boca, relaciones públicas y merchandising.

5. Estudio Organizacional

Aquí definieron los factores que afectan a la estructura organizacional del proyecto, en cuanto a los recursos humanos necesarios, las tareas implicadas y la tecnología, etc. Evaluación Económica

5.1. Inversión Inicial

La valoración financiera se empezó con la investigación de las principales inversiones que deben hacerse, tanto físicas como para la puesta en marcha como: los gastos de equipo de cómputo, muebles y enceres, vehículo y herramientas de jardinería. Con un valor de $11612.53

Cuadro 2
Inversión Inicial

DETALLE	Cant.	Precio Unit.	Valor Total
EQUIPOS			
Equipo de Computo			
Equipo de Computación "Clonada" Xtratech incluye paquete Windows.	3	400	$1.200
Impresora Xerox multifuncional	1	920	$920
Par de parlantes Xtratech	1	14	$14
Otros Equipos			
Aire acondicionado LG de 24,000 BTU	1	460	$460
MUEBLES Y ENCERES			
Oficinas			
Archivadores aéreos	1	178	$178
Gavetas	2	200	$400
Escritorios recto con cajonera y 1 soporte	3	156,8	$470
Sillas grafitis sin soporte para brazos	3	39,7	$119
Teléfonos	2	80	$160
Extintor ABC de 40 Libras	1	40	$40
Recepciòn			
Sofá (grande)	1	300	$300
Mesa de Centro pequeña de madera	1	50	$50
Televisor de 21" marca Panasonic	1	280	$280
Soporte para televisor (colgante)	1	16	$16
Vivero			
Estantes para las plantas - grande - metálico	3	350	$1.050
Vehúculo	1	5000	$5.000
Utencilios para Vivero			
Maceteros			
Pequeño - Jazmín	35	$1,94	$68
Mediano - Labrado	35	$4,23	$148
Grande - Amapola	35	$9,00	$315
Mangeras (en metros)	6	$3,18	$19
Regaderas	5	$2,00	$10
Herramientas de Jardinería			$395,00
TOTAL EQUIPOS			**$11.613**

5.2. Flujo de Efectivo Neto

Luego se cuantificaron los ingresos y gastos que se derivan de la estructura, entre los que se detallan los sueldos, servicios básicos, publicidad, generales y de administración, depreciación y de amortización proyectados para determinar el flujo de efectivo neto.

Cuadro 3
Flujo de Efectivo Neto Total

PERIODO (AÑOS)	FLUJO DE CAJA
0	-13549
1	-827
2	9136
3	4135
4	4934
5	2748
6	5780
7	5807
8	6733
9	7254
10	6343

5.3. Valoración Financiera

Al final se aplicaron las herramientas financieras para determinar la factibilidad del proyecto: la tasa interna de retorno fue de 29.3%, el Valor Neto Actual de $1.775.94 La inversión se recupera en el año 2. Además se realizó un análisis con Crystal Ball en donde se concluyó que la variable más sensible es la tasa patrimonial o CAPM, no es un proyecto riesgoso porque la probabilidad de que el VAN sea mayor a 0 es del 92.5% El proyecto es factible.

Agradecimiento:

El principal agradecimiento es para Dios, ya que el nos ha dado las ganas y las fuerzas para terminar el proyecto, por bendecirnos en cada cosa que hemos realizado en nuestras vidas y por permitirnos gozar de este momento tan especial como el vernos graduadas.
También agradecemos a nuestras familias, que han estado siempre con nosotras apoyándonos en todo, por su comprensión y por sus cuidados. Agradecemos además a nuestros amigos y amigas y de más personas especiales que han contribuido de una manera u otra a que estemos logrando esta meta, que inicio tan solo hace 4 años.
Muchas gracias a todos, gracias por confiar en nosotras y darnos ánimos para culminar este sueño tan importante, que es un nuevo comienzo de muchas metas que cumpliremos con la ayuda de Dios y con nuestro esfuerzo.

Referencias

Textos:

1. CANDY COSTA Y MÓNICA MERINO, ***"PROYECTO DE EVALUACIÓN FINANCIERA DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CREACIÓN, MANTENIMIENTO Y REDECORACIÓN DE JARDINES, DIRIGIDA A LA CLASE SOCIAL ALTA Y MEDIA ALTA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL Y SAMBORONDÓN"***
.
2. "Código Tributario del Ecuador". Ecuador. EDYPE
3. "Ley del Régimen Tributario Interno del Ecuador". Ecuador. EDYPE
4. SAPAG NASSIR, SAPAG REINALDO (2002), "Preparación y evaluación de proyectos de Inversión". Prentice Hall. Cuarta Edición.
5. NARESH K. MALHOTRA (2004), "Investigación de mercados, un enfoque aplicado". (México). 2da Edición.
6. WALPOLE, MYERS, "Probabilidad y Estadística para Ingenieros". Prentice Hall. Sexta Edición.
7. KOTLER, PHILIP Y ARMSTRONG, GARY (2003), "Fundamentos de Marketing". PEARSON. Sexta edición.
8. STANTON, ETZEL Y WALTER; "Fundamentos de Marketing" (2000). Ed. Mc. Graw Hill; Décimo Primera Edición.
9. DOUGLAS R. EMERY, JOHN D. FINNERTY, "Administración Financiera Corporativa" (2000). Prentice Hall.
10. "Ley de Compañías" Corporación de estudios y publicaciones, marzo del 2006.
11. PABLO FERNÁNDEZ, " Valoración de Empresas" 2º Edición
12. FRANK J., FABOZZI, FRANCO MODIGLIANI Y MICHAEL G. FERRI, "Mercados e Instituciones Financieras", Pearson / Prentice Hall.
13. Discovery Chanel, documentales sobre problemas ecológicos.
14. Revistas Hogar (algunas ediciones)
15. Asociación de Exportadores de Flores – EXPOFLORES
16. Ministerio de Agricultura y Ganadería año 2007
17. Producción Agropecuaria del Ecuador 2007

Páginas Web:

1. www.bce.fin.ec
2. http://www.inec.gov.ec
3. www.hosting.globalcorporativa.com
4. www.monografias.com
5. www.nyse.com
6. www.yahoofinance.com
7. www.novalinea1.com
8. www.infomipyme.com
9. www.prodflores.com.ec
10. www.consumer.es/web/es/medio_ambiente/naturaleza
11. www.pww.org/article/view
12. www.fundaciónamericanforest.com
13. www.arborday.org

Documentos:

1. Diario Hoy – Fecha: 15 de enero del 2006.
2. Teoría de las Cinco Fuerzas de Michael Porter – Paper, German Ramírez. – 2007
3. Paper CEEMP – Cátedra de Emprendimiento e Innovación Tecnológica - 2005
4. Cathleen Hennnig. Poverty: Increases Risk for Mental Illnes. Rep Marinac Clinic, Internet, 1999

Conclusiones

- El entorno económico, legal y cultural son propicios para la creación de mantenimiento y redecoración de jardines, así mismo la compra y venta de plantas para jardinería.
- La intención de compra del servicio fue del 54%
- Los medios efectivos de difusión son: la televisión, periódicos, Internet y Marketing de recorrido.
- La demanda real asciende a 575 personas puesto que se castiga la demanda potencial inicial de 97750.

El proyecto es viables porque la TIR (29.3%) fue mayor a la TMAR y el VAN, $1775.94, mayor a cero.

Atentamente,

Candy Vanessa Costa Ordóñez
C. I. 092200992-3

Mónica Patricia Merino García
C.I. 092346948-0

Msc. María Elena Romero Montoya
Director de Tesis
C.I. 090968999-4