“Proyecto de Creación de una Empresa de Importación, Instalación y Mantenimiento de Césped Sintético en la Ciudad de Guayaquil
Proyecto de Creación de una Empresa de Importación, Instalación y Mantenimiento de Césped Sintético en la Ciudad de Guayaquil”

Luis Andres Rosas Borja[1], David Andres Mendoza Mera[2], Juan Andres Asencio Ochoa[3], Constantino Francisco Tobalina Dito[4].

[1]Economista especialización Finanzas 2008, email: lrosas@espol.edu.ec
[2] Economista especialización Finanzas 2008, email: damendoz@espol.edu.ec
[3] Economista especialización Finanzas 2008, email: aasencio@espol.edu.ec
[4]Ingeniero en electricidad y electrónica, Escuela Superior Politécnico del Litoral 1988, email: ctobalin@espol.edu.ec

Resumen

Debido a la falta de empresas que se especialicen en el área de mantenimiento e instalación de césped sintético, y la existencia de una gran demanda insatisfecha unida a la necesidad de obtener un servicio adecuado que asegure la durabilidad de dichas superficies es que se crea como respuesta a estos problemas SyntetycGrass. El objetivo de la creación de esta empresa es el de bridar un servicio de calidad, especializado en el área del mantenimiento y la instalación de superficies de césped sintético ofreciendo al cliente un correcto servicio con excelentes resultados que prolongaran significativamente la vida útil de la superficie ya antes mencionadas.

De acuerdo a los resultados obtenidos al haber realizado la investigación de mercado, se ha logrado conocer que en la ciudad de Guayaquil existe todavía la demanda suficiente como para que se creen más canchas de césped sintético que nos permitan obtener mayor cantidad de clientes, asimismo se sabe que debido a lo conveniente que resulta el tener césped sintético en vez de césped normal, existe un segmento de la población que estará dispuesta a requerir nuestros servicios.

Además se pudo establecer que la localización de la oficina y la bodega serán en el sector norte de la ciudad de Guayaquil debido a la gran cantidad de canchas con césped sintético que existen en zonas aledañas puesto que de esta manera será mucho más fácil el transporte de la maquinaria y el personal tanto para realizar la instalación o el mantenimiento de las canchas.

Por último se pudo obtener que el monto necesario para la implementación de este proyecto es la cantidad de $ 36,180.10, con el cual posteriormente luego de haber estado operando por 5 años se obtiene u VAN de $ 19,660.24 con una TIR de 46 % superando por mucho a la TMAR que es de 25.64% demostrando de esta manera la viabilidad de este proyecto.

Palabras claves: *Instalación, mantenimiento, césped sintético, servicio, inversión, rentabilidad.*

Abstrac

Due to the lack of specialized enterprises that supply the service of maintenance and installation of synthetic grass, and the existence of a great unsatisfied demand attached to the need to obtain an adequate service that assures the durability of this surface, is why as an answer to all of those problems it`s created SyntetycGrass. The main purpose of this enterprise is to offer a high quality service, specialized in the area of maintenance and installation of synthetic grass, giving the client a good service with excellent results that prolongs significantly the life of the surface.

According to the results obtained from the market investigation we can know that in Guayaquil there`s enough demand to create more synthetic grass fields and so we can get more clients, it is also known that due to the fact that synthetic grass is more convenient than the normal grass, there`s a segment of the population that would be eager to require our service.

In addition it was established that the location of the office and the bodega would be in the north sector of the city due to the great amount of synthetic grass fields that there are in the zone because in that way it would be much easier to transport the machines and the staff of people required to do the job.
At last we obtained the amount of money necessary in order to install the business and it was $ 36,180.10, and after being operating for a period of 5 years we would have a VAN of $ 19,660.24 with a TIR of 46% that surpasses for a lot the TMAR of 25.64% showing the viability of this project.

Key words: *maintenance, installation, synthetic grass, service, investment, profit.*

Introducción

En la actualidad en la ciudad de Guayaquil existen muchas empresas que han incursionado en el mercado de las canchas sintéticas dado que se ha podido notar la existencia de una gran parte de la población de esta ciudad que posee la necesidad de contar con un lugar donde se pueda practicar adecuadamente deportes, en especial el futbol, el cual es el deporte de mayor acogida no solo a nivel de Guayaquil sino también a nivel nacional y mundial, sin embargo se ha podido observar que en la gran mayoría de las antes mencionadas canchas existe una carencia en el área de mantenimiento de césped sintético e instalación del mismo, el mismo que en la actualidad se realiza de una manera rustica e incipiente, lo cual a largo plazo produce un deterioro prematuro de la vida útil del césped, lo cual ocasiona que el mismo deba de ser cambiado antes de lo previsto, o en el mejor de los casos puede durar lo necesario para poder brindar el servicio, el cual al ser cada vez más utilizado por los clientes se puede dañar de manera tal que perjudique el correcto desarrollo de la actividad deportiva en cuestión, con lo cual puede repercutir en la demanda de este servicio.

Como propuesta al problema antes descrito, se pretende ofrecer un servicio que satisfaga la demanda existente por un adecuado servicio de mantenimiento de canchas de este tipo de superficies, el cual se lo realizara con la maquinaria especializada y adecuada que permita que el césped sintético pueda durar lo suficiente para resistir su constante uso , además se pretende ofrecer el servicio de instalación y conjuntamente con este se va a proveer el mantenimiento de las canchas con un correcto asesoramiento acerca de cómo mejorar el estado de estas, lo cual ocasionará que la empresa ofrezca un servicio personalizado que permita que los clientes se sientan a gusto con el servicio ofrecido, creando de esta manera un nexo con el cliente que trascienda más allá del ámbito netamente comercial para de esa manera asegurarnos de que el cliente se sienta a gusto con el servicio ofrecido y por ende este no solo que considere seriamente el hecho de volver a requerir el servicio sino que también nos recomiende con otras personas y de esa manera incrementar el número de clientes que deseen el servicio.

Contenido

1. Estudio de Mercado

En la actualidad, la ciudad de Guayaquil cuenta con varios complejos de canchas deportivas de césped sintético, alrededor de 20 establecimientos. Debido al auge que han tenido este tipo de establecimientos en los últimos años y la tendencia que se está creando con el uso de este material, es que nace la idea de realizar este proyecto.

Con la ejecución de este proyecto lo que se quiere es analizar la viabilidad económica y financiera de la creación de una empresa que brinde los servicios relacionados con la implementación y mantenimiento de este tipos de complejos.

1.1 Investigación de Mercados

Dado la gran importancia que tienen para este tipo de proyectos el conocer lo que piensan o necesitan los posibles clientes de nuestro negocio es vital el realizar una investigación del mercado para de esa manera crearnos una idea clara de lo que desea obtener de nosotros el consumidor.

Con estos resultados se desea crear una perspectiva de lo que puede llegar a ser nuestro proyecto al momento de implementarlo, para ver si es viable su funcionamiento o no.

1.2 Resultados de la investigación de Mercados

1.2.1 Focus Group

De manera general se pudo determinar que la gran mayoría de los usuarios de este tipo de servicios, pertenecen a un nivel socioeconómico medio, medio-alto y alto; han tenido alguna experiencia con este tipo de superficies; juegan por diferentes motivos, siendo los principales la salud y la diversión; lo hacen junto a amigos; no importa la modalidad de juego, y no encuentran mayor característica desagradable respecto al material.

Además coinciden en que la ubicación es un factor importante; que el precio depende mucho de el número de jugadores que asistan; que el complejo debe contar indispensablemente con servicios básicos y con un bar; y lo más importante, que están de acuerdo con la implementación de más canchas ya que así se incrementan las alternativas donde jugar y distraerse.

1.2.2 Encuestas

Con los resultados del grupo focal se elaboró y aplicó la encuesta cuyos resultados principales fueron los siguientes:

- Las canchas particulares son los lugares más visitados para la práctica de este deporte.
- Existe un alto nivel de conocimiento por parte de la población respecto al césped sintético.
- La Canchita y Fútbol Time son los lugares más visitados, por esta razón se convierten en competidores principales.
- El precio de mayor aceptación por hora de juego es de $ 45.
- Existe un alto nivel de aceptación hacia el complejo.
- 4 veces a la semana, en las noches de lunes a viernes y en las tardes los fines de semana son las frecuencias más votadas.
- La ubicación óptima del proyecto es en la zona norte.
- Las principales características con las que debe contar el complejo son: Seguridad, espacio para parqueos, comodidad y servicios adicionales.
- Los campeonatos y la escuela de fútbol serán los servicios adicionales con los que contará el complejo.

1.2. Plan de Mercadeo

Una vez concluida la investigación de mercados el siguiente paso fue definir los medios de acción, cuyo objetivo era influir en los consumidores de manera favorable hacia la marca.

1.2.1 Análisis situacional

Se debe garantizar un buen servicio, para lo cual en necesario analizar detenidamente los diferentes factores del negocio.

- Excelente calidad de césped sintético.
- Personal altamente capacitado.
- Maquinaria Especializada.
- Excelente ubicación Comercial.
- Valores Agregados.
- Rapidez de los trabajos.

1.2.2 Análisis de la segmentación

Otro de los puntos importantes de destacar del plan de marketing fue el identificar el mercado donde se deseaba competir para sobre este mercado definir una estrategia de presencia.

En este segmento podemos identificar claramente que existen 3 tipos de posibles clientes, por un lado, existen los dueños de las canchas de césped sintético, y por otro lado los posibles entrantes al negocio de las canchas, además de eso se podría incluir otro grupo el cual esta confirmado por los eventuales compradores particulares.

1.2.3 Marketing Mix

Producto

Ofrecer a la ciudad un nuevo proveedor de césped sintético, que facilite todo los procedimientos necesarios para la implementación de cualquier tipo de instalación deportiva, sumado al continuo seguimiento de la misma para realizar su respectivo mantenimiento.

Precio

El precio de nuestro producto se ha establecido a partir de una investigación, que toma en cuenta todos los costos generados por la importación del material, instalación y mano de obra.
Además se analizó los precios de la competencia para tener una referencia de la situación del mercado, y que margen de ganancia están obteniendo al comercializar este producto.

Los precios que se cobraran se detallan a continuación:

Precio x M^2	
Costo sin IVA	$33.93
Costo con IVA	$38

Plaza

Nuestro local se ubicara en la zona norte de la ciudad de Guayaquil, debido al gran número de canchas que existen en esa área de la ciudad, ya que de aproximadamente 30 canchas que se encuentran actualmente instaladas, en el norte existen 17, con lo cual se puede notar a simple vista que mas de la mitad de nuestros clientes estarán ubicados dentro de ese sector, lo cual se nos haría mucho mas ventajoso, en cuanto a costos de transporte, ya que debido a la cercanía de estos se nos facilitaría la tarea de brindarles el servicio, y serian menos la cantidad de clientes que solicitarían el servicio fuera de la zona norte.

Promoción

Nuestro servicio se dará a conocer por medio de una publicidad masiva en medios de comunicación tales como los periódicos, revistas deportivas, radio, y una vez que se posea mas capital, en televisión.

2. Estudio Técnico

2.1 Localización

De acuerdo a la investigación de mercados el lugar donde estará ubicada la compañía será el norte de la ciudad, que posee ventajas notables, debido a que este es un sector de gran afluencia de personas, por su naturaleza comercial, y buena circulación vehicular.

2.2 Importación, Instalación y Mantenimiento

Son los tres servicios que se brindaran, los cuales se pondrán a disposición del cliente en la oficina de atención al público, con la cual se desea acaparar la demanda del mercado.

2.3 Aspectos Legales

El desarrollo de todo el proyecto se lo hará encajándose siempre en la parte legal.

Esto comprende la creación de la Compañía, alquiler de terrenos y la obtención de permisos tanto de construcción como de funcionamiento.

RUBRO	VALOR
Imp. Prediales	$ 23,00
Cuerpo de Bomberos	$ 30,00
Patente Municipal	$ 15,00
Ministerio de Salud	$ 23,00
Permiso de Funcinamiento	$ 55,00
Medidor Empresa Electrica	$ 69,00
Línea Telefónica	$ 135,00
Medidor Agua Potable	$ 50,00
TOTAL	**$ 400,00**

2.4 Requerimiento de Personal

El complejo contará con personal altamente capacitado para un normal desempeño de las actividades a realizar dentro del mismo y poder brindar a los clientes un servicio de calidad.

3. Análisis Económico y Financiero

Una vez obtenidos los datos necesarios para proyectar la demanda en base a la cantidad de habitantes que demandan servicios deportivos se concluye que :

AÑO	TOTAL CANCHAS NUEVAS	Acaparamiento	SYNTETYKGRASS
1	9	0,56	5
2	8	0,63	5
3	6	0,67	4
4	5	0,71	4
5	5	0,75	4
		Total	21

Esto por el lado de instalación, pero adicionalmente se lo realizo para el servicio de mantenimiento, el cual se detalla a continuación:

AÑO	CANCHAS INSTALADAS	CANCHAS NUEVAS	TOTAL
1	12	5	17
2	19	5	24
3	26	4	30
4	33	4	36
5	40	4	44

3.1. Inversión Inicial

Para la formación del proyecto en sí, se necesitara una inversión inicial, la cual se obtendrá mediante capital propio y financiamiento.

INVERSIÓN INICIAL	
RUBRO	**VALOR**
Mobiliario, Equipos y Maquinaria	$ 23.406,10
Gastos de Instalación	$ 400,00
Gastos de Constitución	$ 900,00
Capital de Trabajo	$ 28.519,82
TOTAL	**$ 53.225,92**

3.2. Ingresos

Los ingresos por mantenimiento e instalaciones se calcularan en base a una unidad de medida de referencia, en este caso el metro cuadrado, lo cual facilitara la contabilidad del trabajo en cuestión, tomando en cuenta de que no todos las canchas o superficies instaladas tendrán una medida estándar.

						m2 por canchas
Demanda potencial	1	2	3	4	5	900
Canchas ya instaladas	12	19	26	33	40	
m2 de mantenimiento	21600	34200	46800	59400	72000	0.5555555
Canchas nuevas	5	5	4	4	4	
m2 de instalacion	4500	4500	3600	3600	3600	
Personas particulares						2
Mantenimiento	10	14	20	29	41	m2 por persona
instalacion	4	6	9	12	16	450 ins
m2 de mantenimiento	9000	12600	18000	26100	36900	450 mant
m2 de instalacion	1800	2700	4050	5400	7200	

Precio x m2	1	2	3	4	5	var precios
Mantenimiento	0.5	0.55	0.605	0.6655	0.73205	0.1
Instalacion	38	41.8	45.98	50.578	55.6358	0.1

Tabla No 3.10 Sueldos

GASTO DE PERSONAL			
Cargo	**Cantidad**	**Mensual**	**Total**
Gerente Gral	1	1000	1000
Coord Técnico	1	900	900
Gerente MKTG	1	800	800
Empleados	8	320	2560
Bodeguero	2	275	550
Subtotal			**$ 5,810.00**
Aporte IEES			**$ 647.82**
Total Mensual			**$ 6,457.82**
Meses			12
Total Anual			77493.78

Ingresos	
Año	**Total**
1	270.000,00
2	306.405,00
3	326.700,00
4	348.588,90
5	421.001,96

Tabla No 3.11 Guardianía

Guardiania de Bodega 24 hrs	$ 1,005.00	12	**$ 12,060.00**
Guardiania de Oficina 10 hrs	$ 505.00	12	**$ 6,060.00**
TOTAL ANUAL			$ 18,120.00

3.3. Costos y gastos

A continuación se presenta el cuadro global de los Costos y Gastos, tanto fijos como variables en los que se va a incurrir para el buen funcionamiento del complejo

Tabla No 3.12 Alquiler

ARRIENDO				
Cantidad	Descripción	Costo Mensual	Meses	Total Anual
1	Oficina	$800.00	12	**$9,600.00**
1	Bodega	$1,000.00	12	**$12,000.00**
			TOTAL	**$21,600.00**

Gastos	
Año	**Total**
1	285947,942
2	300483,193
3	304897,47
4	309990,914
5	317132,488

3.3.1. Costos y gastos fijos

Los costos y gastos fijos en los que se va a incurrir son: Sueldos, gastos generales, gastos financieros, guardianía, alquiler, publicidad, depreciación, amortización.

3.3.2. Costos y gastos variables

Los costos y gastos variables son aquellos que se ven afectados por el desarrollo del negocio. Para el presente proyecto se ha considerado a los rubros: instalación y mantenimientos, y servicios básicos como variables relevantes

Tabla No 3.20 Costo de Materiales

Costo de Materilaes				
	Costo x Und d Medida	Cantidad x Cancha	Valor Total	Valor x m2
Caucho Molido (KGS)	0.42	17000	7140	7.93
Cemento de Contacto (Barriles)	323	2	646	0.72
Combustible (Galones)	1.5	6	9	0.01
Cesped (m2)	8.93	900	8037	8.93
			Costo por M2	17.59

3.4. Valor de desecho

Se estima que de los activos que posea la compañía se obtendrá un valor de desecho de $10.287,55.

3.5. Evaluación Financiera

La tasa a la cual serán descontados los flujos de efectivo futuros es de 46% que corresponde al CCPP.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis financiero se concluye que el negocio es rentable ya que las medidas de valor como son el VAN donde se obtuvo $ 36,180.10 y una TIR de *25.64%* superan los requerimientos básicos, en un horizonte de 5 años.

Con respecto a la sensibilidad de las variables, se aprecia que tanto el precio como la cantidad debe disminuir entre un 20% o 25% y la tasa de descuento deberá alcanzar niveles del 35%, para que el proyecto deje de ser rentable. Así mismo la venta de espacios publicitarios ha mostrado ser de suma importancia ya que al dejar de percibir esta fuente de ingreso junto a otra distinta, el proyecto deja de ser rentable.

Conclusiones

Con toda la información recopilada, obtenida y analizada se puede concluir que la ejecución del proyecto es factible y rentable, ya que como se puede observar, la inversión podrá ser recuperada y se obtendrán réditos a lo largo de la vida útil del mismo.

Referencias

Textos:

1. Allen L. Webster. (2000). "Estadística aplicada a los negocios y la economía". Santa Fe de Bogotá. Prentice Hall.
2. Naresh K. Malhotra. (1997) "investigación de mercados: un enfoque práctico". México. Prentice Hall.
3. Philip Kotler, Gary Armstrong. (1991). "Fundamentos de Mercadotecnia". México. Prentice Hall.
4. Jean Jacques Lambin. (2004). "Marketing Estratégico" México. Prentice Hall
5. Leland Blank, Anthony Tarquin. (1998). "Ingeniería Económica". México. McGraw-Hill.

Páginas Web:

1. www.forbex.com
2. www.bce.fin.ec
3. www.wikpedia.com

Ing. Constantino Francisco Tobalina Dito
Director de Tesis