



Plan de Negocios (Resumen Ejecutivo)

Autores: Ing. Mariuxi Miranda Mora

Ing. John Izquierdo Zavala

**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.

1





Plan de Negocios (Resumen Ejecutivo)

Autores: Ing. Mariuxi Miranda Mora

Ing. John Izquierdo Zavala

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 trasporte. 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

2





Plan de Negocios (Resumen Ejecutivo)

Autores: Ing. Mariuxi Miranda Mora

Ing. John Izquierdo Zavala

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.

3











































































































Plan de Negocios (Resumen Ejecutivo)

Autores: Ing. Mariuxi Miranda Mora

Ing. John Izquierdo Zavala

**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 regirá 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

4



















































Plan de Negocios (Resumen Ejecutivo)

Autores: Ing. Mariuxi Miranda Mora

Ing. John Izquierdo Zavala

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

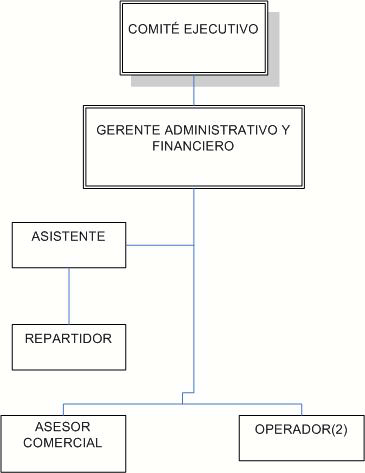
es de hormigón, suficientemente ventilada y segura, también se cuenta con aire

acondicionado que permite obtener confort a la hora de atender a los clientes.

5







Plan de Negocios (Resumen Ejecutivo)

Autores: Ing. Mariuxi Miranda Mora

Ing. John Izquierdo Zavala

**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

6





Plan de Negocios (Resumen Ejecutivo)

Autores: Ing. Mariuxi Miranda Mora

Ing. John Izquierdo Zavala

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.

7