

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC

PROGRAMA EMPRENDEDOR

EMPRESA DE JARDINERÍA  
JARDICOL LTDA

DIANA MARCELA ROMERO CRUZ 41031051  
LUISA FERNANDA CAJANA QUINTERO 41031018  
SANDRA PATRICIA AGUILAR 41032084

DOCENTE FACILITADOR  
HENRY MARTINEZ

*Henry Martinez*  
*Ve 130*

BOGOTA D.C MAYO DE 2005

<b>TABLA DE CONTENIDO</b>	<b>pag</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>I. NATURALEZA DEL PROYECTO</b>	<b>2</b>
<b>1. ANÁLISIS PRELIMINAR</b>	<b>2</b>
1.1 Generación de Ideas	2
1.1.1 Proceso de creación del producto	2
1.2 Elección y evaluación de las ideas mas relevantes	3
1.3 Presentación de la idea preliminar	3
1.4 Justificación de la idea	4
1.5 Expectativas del proyecto	4
1.6 Misión	4
1.7 Visión	5
1.8 Objetivos de la empresa	5
1.8.1 Corto Plazo	5
1.8.2 Mediano Plazo	5
1.8.3 Largo Plazo	5
<b>II. ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>6</b>
<b>2. ANÁLISIS DE LA OFERTA</b>	<b>6</b>
2.1 Justificación de la empresa	6
2.2 Nombre de la empresa	7
2.3 Tipo de empresa	7
2.4 Ubicación y tamaño de la empresa	7
2.5 Servicios	7
2.6 Ventajas competitivas del producto	8
2.7 Características y habilidades que facilitan el desarrollo del proyecto	8
<b>3. OBJETIVOS DEL AREA DEL ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>9</b>
3.1 Corto Plazo	9
3.2 Mediano Plazo	9
3.3 Largo Plazo	9

<b>4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</b>	<b>9</b>
4.1Tamaño del mercado	9
4.2Participación de la competencia en el mercado	10
4.3Satisfacción de una necesidad	10
4.3.1Información que se desea conocer de los clientes Potenciales	10
<b>5. CARACTERÍSTICA PRINCIPAL DEL MERCADO OBJETIVO</b>	<b>10</b>
5.1Tipo de preguntas que se van a formular	11
5.2Ficha Técnica	11
<b>6. ENCUESTA</b>	<b>12</b>
6.1Aplicación de la encuesta	13
6.2Tabulación de la encuesta	13
6.3Interpretación de la encuesta	23
6.4Análisis de la encuesta	25
<b>7. SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN</b>	<b>26</b>
7.1Canales de Distribución	26
<b>8. PUBLICIDAD</b>	<b>26</b>
8.1Evento publico	26
8.2Prensa	26
8.3Televisión	27
8.4Logo	27
<b>III. ESTUDIO DE PRODUCCION</b>	<b>27</b>
<b>9. PRODUCCIÓN</b>	<b>27</b>
9.1Objetivos	27
9.2Ficha Técnica	28
9.3Diagrama de Flujo	31
9.4Tecnología requerida	32
9.5Equipos e instalaciones	32
9.6Proveedores y cotizaciones	32

<b>10.UBICACIÓN DE LA EMPRESA</b>	<b>32</b>
<b>11. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA</b>	<b>34</b>
11.1Planta de Primer Piso	34
11.2Planta del Segundo piso	34
11.3Convenciones	35
<b>12. MANO DE OBRA REQUERIDA</b>	<b>36</b>
<b>13. ASPECTOS PREOPERATIVOS DE LA EMPRESA</b>	<b>36</b>
<b>14.FIJACIÓN DE PRECIOS</b>	<b>36</b>
<b>15.COSTOS</b>	<b>37</b>
15.1Costo Variable Unitario	37
15.2Costos Fijos	37
15.3Precio de venta	37
<b>IV. ESTUDIO ORGANIZACIONAL</b>	<b>38</b>
<b>16. ORGANIGRAMA</b>	<b>38</b>
<b>17. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</b>	<b>39</b>
17.1.Departamento Administrativo y Financiero	39
17.1.1Objetivos Generales	39
17.1.2Cargos	39
17.1.3Clase de Contratos de los cargos y funciones	39
17.2 Descripción de los cargos y funciones	40
17.2.1 Atributos para el cargo	40
<b>18. DIRECCION COMERCIAL</b>	<b>41</b>
18.1Objetivos Generales	41
18.2Cargos y clases de contrato	41
18.3Descripción	41

<b>19.RECLUTAMIENTO DE PERSONAL</b>	<b>41</b>
19.1Proceso de selección	41
19.2Tipo de contratación	42
19.3Inducción	42
19.3.1. Proceso de inducción	42
<b>20.ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS</b>	<b>42</b>
<b>21.RELACIONES DE TRABAJO</b>	<b>42</b>
<b>V. ESTUDIO FINANCIERO</b>	<b>43</b>
<b>22.BALANCE INICIAL</b>	<b>43</b>
<b>23.VENTAS</b>	<b>43</b>
<b>24.COMPRAS</b>	<b>44</b>
<b>25.GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>	<b>44</b>
<b>26.PRESUPUESTO DE VENTAS</b>	<b>45</b>
<b>27.PRESUPUESTO DE COMPRAS</b>	<b>45</b>
<b>28.PRESUPUESTO DE GASTOS Y ADMINISTRACIÓN DE VENTAS</b>	<b>45</b>
<b>29.ESTADO DE RESULTADOS</b>	<b>46</b>
<b>30.PRESUPUESTO DE CAJA</b>	<b>46</b>
<b>31.BALANCE GENERAL PROYECTADO</b>	<b>47</b>
<b>32.PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>48</b>
<b>33.RAZONES FINANCIERAS</b>	<b>49</b>
<b>VI. ESTUDIO LEGAL</b>	<b>50</b>

## INTRODUCCIÓN

Lo que esperamos con este proyecto es poner en práctica todo lo que hemos aprendido en el transcurso de nuestra carrera, los objetivos propuestos con el desarrollo del programa emprendedor sirven como reto para los cambios que nos presenta hoy el mundo y que como estudiantes debemos asumir; demostrar que tenemos la capacidad de crear empresa a través de la generación de ideas y con la aplicación de los conocimientos adquiridos, permite tener una visión de nuestro proyecto de vida mucho más clara.

La globalización y los diferentes acuerdos comerciales, a nivel mundial exigen día a día que los países estén mejor preparados para la entrada y apertura de nuevos mercados, por eso es tan importante la implementación y el desarrollo de este tipo de programas, ponerlos en marcha, permite contribuir favorablemente al desarrollo de nuestro país.

La creación de JARDICOL Ltda., como proyecto emprendedor nos permite tener una idea más clara y objetiva de la participación de este tipo de mercado dentro de la sociedad; de los beneficios, oportunidades y riesgos que se pueden presentar en el momento de hacer realidad el proyecto.

## I. NATURALEZA DEL PROYECTO

### 1. ANALISIS PRELIMINAR

#### 1.1 Generación de Ideas.

A continuación se presentan las ideas que surgieron para determinar el producto o servicio que finalmente vamos a elegir como proyecto emprendedor.

##### 1.1.1 Proceso de Creación del Proyecto

Producto o Servicio	Características	Necesidad o Problema a Satisfacer
Arepa Rellena	Lista para calentarse y servirse, rellena de carne cerdo o res, pollo, champiñones y mixtas	Es un producto que no existe en el mercado.
Guardería con servicio a Domicilio	Personal altamente capacitado en el cuidado de los niños con disponibilidad las 24 horas.	Es un servicio innovador en la sociedad
Comercializadora Internacional	Empresa encargada de distribución de productos a nivel internacional con una propia marca comercial.	Disminución en tiempo y costos para la distribución de los productos.
Empresa prestadora de servicios en Jardinería	Capacitación de personal para prestar asesoría en el mantenimiento y creación de zonas verdes	La oferta de este servicio es escasa.

### 1.1.2 Elección y evaluación de las ideas mas relevantes.

Criterios Idea	Nivel de Innovación	Mercado Potencial	Conocimiento Técnico	Requerimiento del Capital	Total
Arepa Rellena	3	3	3	2	11
Guardería con Servicio a Domicilio	4	4	3	5	16
Comercializadora Internacional	2	4	1	2	9
Empresa prestadora de servicios en Jardinería	4	5	4	3	16

Criterios Idea	Barreras de Entrada	Disponibilidad de Materia Prima	Costo del Producto	Total
Guardería con Servicio a Domicilio	3	5	4	12
Empresa prestadora de servicios en Jardinería	4	5	5	14

### 1.3 Presentación de la Idea preliminar

El proyecto que se pretende desarrollar como idea emprendedora es el siguiente: **Empresa prestadora de servicios en Jardinería.**

El medio ambiente hoy en día es un factor de alto riesgo para la sociedad, motivo por el cual individuos y empresarios de todos los estratos socio - económicos se preocupan por dar un lugar adecuado a la naturaleza en cada uno de sus espacios, y para hacerlo, la mejor opción en asesoría, capacitación y mantenimiento sería nuestra empresa la cual brindara los siguientes servicios.

- Diseño y mantenimiento de jardines.
- Asesoría especializada para amas de casa en el cuidado de plantas.
- Plantación, fumigación y abono para las zonas verdes.

#### 1.4 Justificación de la idea

La empresa de Jardinería al evaluarse obtuvo la mayor ponderación en 14 puntos gracias a los siguientes factores.

- **Nivel de Innovación.** Al ser un servicio que se puede acomodar a las necesidades del consumidor proporciona ventajas con las cuales se puede incursionar en nuevos mercados obteniendo un puntaje de 4.
- **Mercado Potencial.** Su resultado es de 5. Por ser un servicio que actualmente en el mercado no está bien organizado y no es reconocido, ni está posicionado en la mente del consumidor.
- **Conocimiento Técnico.** La calificación en este aspecto es de 4. Ya que los servicios a prestar solo requieren de personal altamente calificado facilitando la implementación de la maquinaria y materias primas establecidas.
- **Requerimiento de Capital.** Por el servicio ofrecido se requiere de recursos propios de los socios y créditos bancarios para fortalecer el capital de trabajo necesario para poder constituir la empresa. La calificación es de 3.

#### 1.5 Expectativas del Proyecto

Con nuestra empresa de jardinería esperamos capturar un mercado significativo en el cual hoy está latente la necesidad de encontrar calidad y servicio a muy buenos precios, satisfaciendo estas necesidades lograremos reconocimiento y posicionamiento dentro de nuestro mercado objetivo, lo que generaría altos índices de utilidad y rentabilidad para el mantenimiento y mejoramiento de la misma.

#### 1.6 Misión

Somos una empresa que se preocupa por satisfacer las necesidades y requerimientos en diseño y mantenimiento de jardines y zonas verdes para el sector Familiar, residencial y empresarial con personal altamente capacitado, y dotado con las herramientas adecuadas.

Buscando siempre por medio de la honestidad, integridad y cumplimiento los mejores beneficios para la sociedad, el medio ambiente y nuestra empresa.

## **1.7 Visión**

Nos proyectamos en el 2015 como una empresa altamente reconocida y con posicionamiento a nivel local y nacional gracias a su constante capacitación, y a la innovación e implementación de servicios que satisfagan las necesidades de los nuevos mercados.

## **1.8 Objetivo General de la empresa**

- Obtener rendimiento y utilidades para los socios y empleados de la compañía a través de la prestación de un excelente servicio que sea reconocido dentro del mercado.

### **1.8.1 Objetivos a corto plazo**

- Lograr el reconocimiento de la empresa dentro del mercado objetivo mediante campañas publicitarias y visitas personalizadas por medio de asesores capacitados.
- Capturar un buen porcentaje del mercado objetivo a nivel local – Bogota, compitiendo con servicio, calidad y economía.
- Obtener los índices establecidos de rentabilidad para el mantenimiento de la empresa.
- Implementar estrategias de publicidad en los medios adecuados para dar a conocer la empresa.

### **1.8.2 Objetivos a Mediano Plazo**

- Posicionamiento de la empresa frente al mercado y la competencia
- Ampliar la cobertura a zonas aledañas a la capital
- Obtener los índices de utilidad establecidos por los socios de la compañía

### **1.8.3 Objetivos a largo plazo**

- Certificar a la empresa con los mejores estándares de calidad y servicio para obtener mayores posibilidades de negociación en el mercado.
- Ampliar la cobertura de nuestros servicios a nivel nacional
- Incrementar la utilidad para beneficio de los socios y de esta forma mejorar la calidad de vida de los empleados.

## **II. ESTUDIO DE MERCADO**

### **2. Análisis de la Oferta.**

El mercado en que JARDICOL LTDA Va a incursionar es un sector que a nivel local no posee bases estadísticas, ni fuentes de información en instituciones estatales que sirvan como referencia con datos exactos acerca del número de productores, sus principales características, ventajas y desventajas y áreas de incidencia; tan solo en páginas Web e Internet y haciendo un estudio más profundo y personalizado en las empresas del sector privado, encontramos que es un mercado reducido, del cual el consumidor no tiene la información necesaria para poder acceder a él fácilmente ya que no emplean los medios publicitarios necesarios para posicionarse en el mercado y gracias a ello el grado de recordación de estas empresas en el consumidor de este tipo de servicio es casi nulo.

Actualmente el número de empresas que son competencia directa para JARDICOL LTDA, es un mercado reducido pero que está posicionado en un segmento muy exclusivo y cerrado; lo que se torna en una gran desventaja para ellos brindándole la oportunidad a nuestra empresa de incursionar en nuevos mercados para satisfacer necesidades esenciales que hasta el momento no han sido cubiertas.

En conclusión podemos afirmar que la demanda de este servicio es mayor que la oferta, y que la competencia no organizada o independiente es la más solicitada por el consumidor actualmente; lo que nos abre campo sin obstáculos en este nuevo negocio.

#### **2.1 Justificación de la Empresa.**

La empresa es creada para ofrecer servicios de mantenimiento y diseño de jardines y zonas verdes, enfocado principalmente en la atención y asesoría a amas de casa y conjuntos residenciales, mercado que actualmente no ha sido bien segmentado y en el cual se encuentran latentes necesidades que la empresa está dispuesta a satisfacer mediante la implementación de técnicas propias y actualizadas que proporcionen al cliente la posibilidad de adquirir en una sola empresa lo que necesita.

Se ha detectado la necesidad de crear este servicio con base en estudios que demuestran que no existe una oferta organizada en el mercado desaprovechando el potencial que existe actualmente.

## 2.2 Nombre de la Empresa

•Razón Social.	<b>JARDICOL LTDA</b>
•Sigla.	<b>JARDICOL</b>
•Slogan	<b>¡VIVE LA NATURALEZA!</b>

## 2.3 Tipo de Empresa

La empresa se encuentra clasificada dentro del sector de servicios ya que ofrece al consumidor un producto intangible.

## 2.4 Ubicación y Tamaño de la Empresa

La empresa se encuentra en la categoría de microempresa, ya que el número de empleados no supera los 20.

La ubicación geográfica será en la ciudad de Bogotá en la Calle 161 No. 35-02

## 2.5 Servicios

Los productos que **JARDICOL LTDA.** ofrecerá serán los siguientes.

### •Diseño de jardines.

Enfocados en ofrecer al consumidor la mejor alternativa para la adecuación y decoración de sus espacios ya sea a nivel empresarial o familiar de acuerdo a sus gustos y posibilidades económicas.

### •Mantenimiento de jardines, zonas verdes y plantas.

A través de personal experto y calificado se ofrecerán alternativas actualizadas para mantener las zonas verdes y jardines en un estado adecuado, como la plantación, riego, fumigación y abono. Aquí responderemos efectivamente a la necesidad del cliente para con sus plantas.

### •Asesoría especializada para amas de casa en el cuidado de plantas.

Este será el valor agregado mas importante de la empresa, ya que el servicio ofrecido será enfocado a un sector que tiene gran incidencia en el contacto con las plantas y al que en la actualidad no se le ha tomado como parte importante en este tipo de mercado.

## **2.6 Ventajas competitivas**

- Nuevas alternativa de mantenimiento para las zonas verdes y jardines.
- Asesorías personalizadas
- Nuestras alianzas estratégicas con el sector floricultor con alta calidad y tecnología.
- Precio y calidad altamente accequibles.
- La variedad de nuestros diseños.
- Personal altamente capacitado y comprometido con el objeto social de la compañía.
- Tendencias de adaptación al cambio y mejoramiento continuo en las líneas de servicio ofrecido.
- Campañas publicitarias establecidas para generar recordación permanente en el consumidor, permitiéndole fácilmente ubicar a la empresa cuando lo necesite.

## **2.7Características que facilitan el desarrollo del proyecto**

De acuerdo a los estudios realizados acerca de la oferta de los servicios que JARDICOL LTDA ofrecerá, se puede detectar que el consumidor no identifica claramente una compañía para satisfacer sus necesidades en este campo, ventaja que nos permite incursionar en el mercado objetivo a través de estrategias innovadoras, ofreciendo al consumidor la posibilidad de encontrar en una sola compañía diferentes alternativas que satisfagan plenamente sus necesidades en asesoría, adecuación y mantenimiento de jardines y zonas verdes, direccionados principalmente a amas de casa y zonas residenciales.

Teniendo en cuenta las características anteriores ofreceremos diferentes alternativas en el valor de cada uno de los servicios, para que sea de fácil acceso al consumidor objetivo y de esta forma no sea un obstáculo el llegar a nosotros.

Los cambios actuales en el pensamiento del consumidor lo llevan cada día a preocuparse mas por su salud y el medio ambiente, razón por la cual ayudar a preservar parte de la naturaleza a través de la prestación de nuestros servicios será una fortaleza que nos distinga de la competencia y que nos permita llegar mas fácilmente al mercado objetivo.

### **3. OBJETIVOS DEL AREA DEL ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 Corto Plazo**

- Hacer una investigación de los clientes potenciales y determinar el tamaño del mercado
- Ubicar exactamente los clientes Potenciales
- Determinar las necesidades del mercado objetivo
- Determinar la oferta de la competencia

#### **3.2 Mediano Plazo**

- Fijar las áreas de mercado al cual se va a ingresar
- Determinar las características del mercado a las cuales se va a ingresar identificando, tendencias demográficas, geográficas, económicas, culturales y psicológicas.
- Crear las formas de promoción y de publicidad para dar a conocer la empresa.

#### **3.3 Largo Plazo**

- Crear los sistemas de distribución mas adecuados para el servicio que la empresa va a ofrecer
- Definir los criterios de precio y el precio de venta
- Establecer el punto de equilibrio para la empresa.

### **4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

La investigación principalmente se orienta hacia la factibilidad de generar la satisfacción del cliente o del mercado objetivo. El cual requiera constantemente de los servicios de mantenimiento y asesoría para el cuidado de sus jardines o zonas verdes, proponiéndole la creación de una empresa prestadora de servicios integrales de jardinería que le proporcione diversas alternativas y posibilidades que se ajusten a sus expectativas y necesidades.

#### **4.1 Tamaño del mercado**

El nicho de mercado para este estudio esta compuesto por hombres y mujeres con edades comprendidas entre los 25 y 70 años, de estrato 3 en adelante, con poder adquisitivo y que tengan o deseen tener en su hogar, lugar de trabajo o sitio de descanso plantas, jardines y/o zonas verdes y que requieran constantemente de asesoría y mantenimiento para estos lugares.

#### 4.2 Participación de la competencia en el mercado

NOMBRE COMPETENCIA	UBICACIÓN	PRINCIPAL VENTAJA	OTRAS VENTAJAS
JARDINEROS LTDA.	CR. 9 No. 60-39	Posicionada en el mercado	Precios competitivos
FITOTECNIA LTDA.	TRV. 19 No.123-09	Tradición en el mercado	Asesorías por expertos
ÁREAS VERDES	TRV. 30 No. 82 A 55. Of. 204	Gran variedad en su servicio	Calidad en el servicio

La competencia y la demanda forman parte de unas variables que no están controladas directamente por la empresa. Estas empresas ofrecen servicios de jardinería con diferentes opciones para el consumidor y sus necesidades, pero dentro de estos servicios no se encuentra la asesoría especializada y personalizada para amas de casa que ofrecerá JARDICOL LTDA.

Como principal ventaja poseen la trayectoria y el tiempo de permanencia en el mercado; y como principal desventaja que su mercado es muy cerrado y no tienen publicidad que genere recordación en el consumidor.

#### 4.3 Satisfacción de una necesidad

La necesidad que satisface nuestro servicio es la que hemos identificado en el mercado de contar con una compañía que le ofrezca seguridad, experiencia y economía para el mantenimiento de sus zonas verdes y jardines y que hasta ahora en el mercado no puede encontrar fácilmente teniendo que acudir a personas ajenas a esta labor o simplemente a jardineros no capacitados.

##### 4.3.1 Información que se desea conocer de los clientes potenciales

- Conocer si el servicio realmente se necesita en el mercado
- Ubicar exactamente donde se encuentra el mercado potencial
- Identificar las necesidades y preferencias del consumidor de estos servicios
- Conocer mejor las debilidades de la competencia
- Conocer la capacidad de adquisición del mercado objetivo

#### 5. CARACTERÍSTICA PRINCIPAL DEL MERCADO OBJETIVO

Personas o grupos de personas que utilicen los servicios de asesoría y mantenimiento para jardines y zonas verdes en su hogar, sitio de trabajo o sitio de descanso.

### 5.1 Tipo de preguntas que se van a formular

Preguntas de respuesta múltiple y cerrada

### 5.2 Ficha Técnica

- **Fecha de realización.** Entre el 10 y 28 de marzo
- **Grupo Objetivo.** Hombres y mujeres con edades desde los 25 hasta los 70 años de edad, pertenecientes a los estratos 3 – 4 – 5 y 6, con poder adquisitivo y poder de decisión que tengan en su hogar, lugar de trabajo o sitio de descanso plantas, jardines o zonas verdes.
- **Lugar de Realización.** Universidades, hogares, conjuntos residenciales, empresas.
- **Realizada por.** Diana Romero, Luisa Caina y Sandra Aguilar.
- **Método utilizado.** Encuesta de tipo personal

## 6. ENCUESTA



Somos un grupo de Emprendedores de la Corporación Universitaria UNITEC y nos encontramos realizando una investigación para medir el impacto y conveniencia que podría tener un nuevo producto en el mercado, por lo cual solicitamos su colaboración respondiendo las siguientes preguntas.

1. Se preocupa usted por el Medio Ambiente y / o la Naturaleza.  
POCO  MUCHO  NADA
  2. Tiene cerca de usted  
PLANTAS  JARDINES  ZONAS VERDES
  3. En que lugar tiene mayor contacto con alguno de estos elementos  
HOGAR  OFICINA  SITIO DE DESCANSO  OTROS   
CUALES
  4. Es usted la persona encargada del mantenimiento de algunos de estas zonas  
SI  NO
  5. De 1 a 5 cuanto (teniendo en cuenta que 1 es la calificación más baja y 5 la más alta) cuanto se preocupa usted por el buen estado y mantenimiento de estos elementos  
1  2  3  4  5
  6. Cada cuanto requiere o hace mantenimiento a estos elementos  
SEMANALMENTE  QUINCENALMENTE   
MENSUALMENTE  BIMESTRALMENTE   
SEMESTRALMENTE  ANUALMENTE
- De los siguientes servicios cual es el que usted requiere normalmente
- Diseño de Jardines
  - Mantenimiento en general
  - Podado de Zonas Verdes
  - Asesoría en cultivo y cuidado de sus plantas
  - Fumigación
  - Otros. Cuales
- A que tipo de personas contrata o acude usted, para que desempeñen estas labores.
- JARDINEROS  EMPRESAS ESPECIALIZADAS  OTROS
- CUALES
- Ha tenido problemas con las personas que desempeñan este tipo de labor
- SI  NO  CUALES
- Le gustaría encontrar en el mercado una empresa especializada en la asesoría y mantenimiento de plantas, jardines y zonas verdes
- SI  NO
- PORQUE
11. Si esta empresa le brinda confianza, seguridad, economía y buen servicio contrataría sus servicios.  
SI  NO
  12. De acuerdo a su presupuesto cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio que necesita.  
a. De \$50,000 a \$100,000  
b. De \$100,000 a \$150,000  
c. De \$150,000 a \$200,000
  13. Le gustaría que esta empresa le hiciera llegar información mejor detallada y que luego se contactara con usted para profundizar en el servicio que usted esta buscando.  
SI  NO
14. EDAD   
15. SEXO M  F   
16. ESTRATO
- MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

### 6.1 Aplicación de la Encuesta.

La información se obtuvo mediante encuestas de tipo personal en un formulario de 16 preguntas cerradas y de selección múltiple, se realizó a personas mayores de 25 entre el 10 al 28 de marzo del 2005. El número de encuestas aplicadas fue 150.

### 6.2 Tabulación de Encuestas

PREGUNTA No 1	
SE PREOCUPA USTED POR EL MEDIO AMBIENTE	TOTAL
POCO	30
MUCHO	104
NADA	16
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

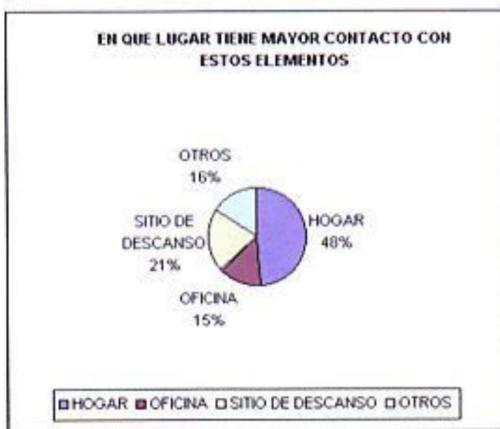


PREGUNTA No 2		
TIENE USTED CERCA	%	TOTAL
PLANTAS	44%	66
JARDINES	53%	79
ZONAS VERDES	37%	55
OTROS	17%	25
<b>TOTAL</b>	<b>PARQUES</b>	<b>225</b>

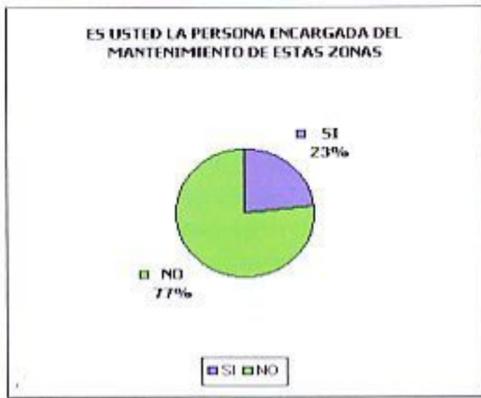


**PREGUNTA No 3**

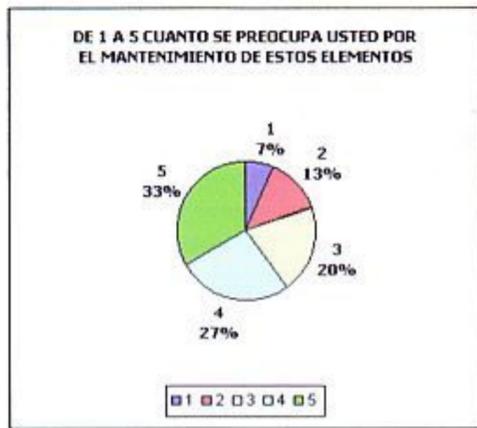
EN QUE LUGAR TIENE MAYOR CONTACTO CON ESTOS ELEMENTOS	%	TOTAL
HOGAR	57%	85
OFICINA	17%	26
SITIO DE DESCANSO	25%	37
OTROS	19%	28
<b>TOTAL</b>	<b>PARQUES</b>	<b>176</b>



PREGUNTA No 4	
ES USTED LA PERSONA ENCARGADA DEL MANTENIMIENTO DE ESTAS ZONAS	TOTAL
SI	35
NO	115
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>



PREGUNTA No 5	
DE 1 A 5 CUANTO SE PREOCUPA USTED POR EL ESTADO DE ESTOS ELEMENTOS	TOTAL
1	12
2	26
3	37
4	45
5	30
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>



**PREGUNTA No 6**

CADA CUANTO REQUIERE O HACE MANTENIMIENTO A ESTOS ELEMENTOS	TOTAL
SEMANALMENTE	14
QUINCENALMENTE	27
MENSUALMENTE	59
BIMESTRALMENTE	33
SEMESTRALMENTE	10
ANUALMENTE	7
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>



PREGUNTA No 7		
DE LOS SIGUIENTES SERVICIOS CUAL ES EL QUE USTED CONTRATA NORMALMENTE	%	TOTAL
DISEÑO DE JARDINES	19%	28
MANTENIMIENTO EN GENERAL	43%	65
PODADO DE ZONAS VERDES	23%	35
ASESORIA EN CULTIVO Y CUIDADO DE SUS PLANTAS	22%	33
FUMIGACIÓN	12%	18
OTROS	8%	12
<b>TOTAL</b>	<b>DECORACION</b>	<b>191</b>

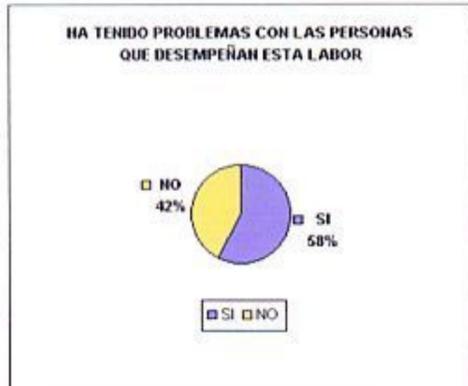


PREGUNTA No 8	
A QUE TIPO DE PERSONAS CONTRATA O ACUDE USTED PARA QUE DESEMPEÑEN ESTAS LABORES	TOTAL
JARDINEROS	96
EMPRESAS ESPECIALIZADAS	26
OTROS	28
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

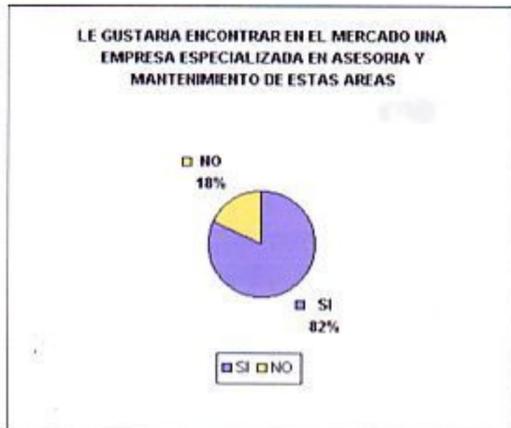


**PREGUNTA No 9**

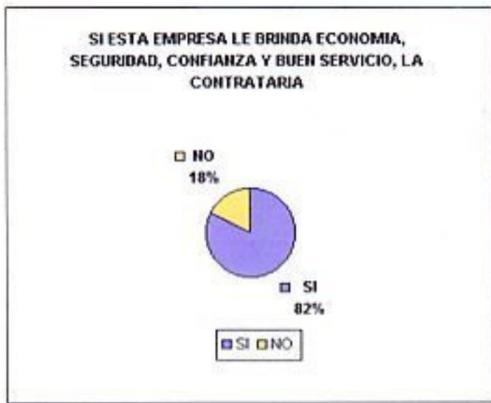
HA TENIDO PROBLEMAS CON LAS PERSONAS QUE DESEMPEÑAN ESTE TIPO DE LABOR	TOTAL
SI	87
NO	63
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>



<b>PREGUNTA No 10</b>	
<b>LE GUSTARIA ENCONTRAR EN EL MERCADO UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN LA ASESORIA Y MANTENIMIENTO DE PLANTAS, JARDINES Y ZONAS VERDES</b>	<b>TOTAL</b>
SI	<b>123</b>
NO	<b>27</b>
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

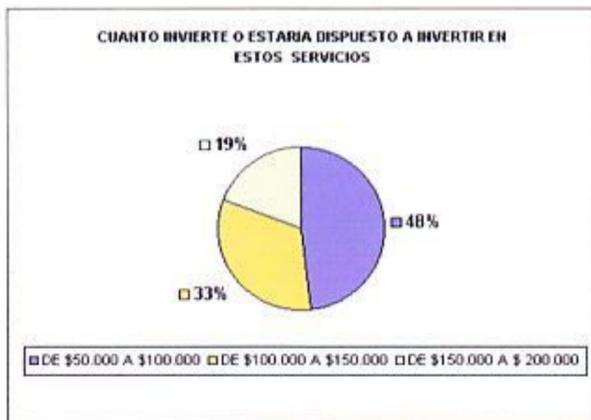


<b>PREGUNTA No 11</b>	
<b>SI ESTA EMPRESA LE BRINDA CONSIFIANZA, SEGURIDAD, ECONOMÍA Y BUEN SERVICIO CONTRARIA SUS SERVICIOS</b>	<b>TOTAL</b>
SI	<b>123</b>
NO	<b>27</b>
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

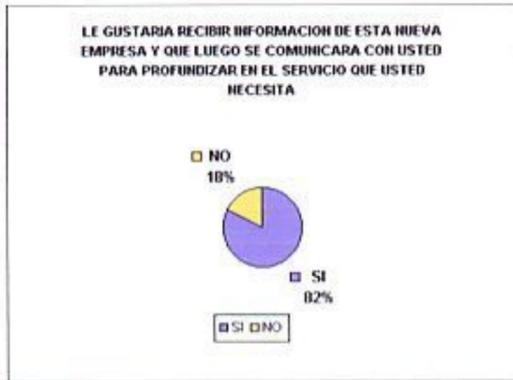


**PREGUNTA No 12**  
**DE ACUERDO A SU PRESUPUESTO CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO QUE NECESITA**

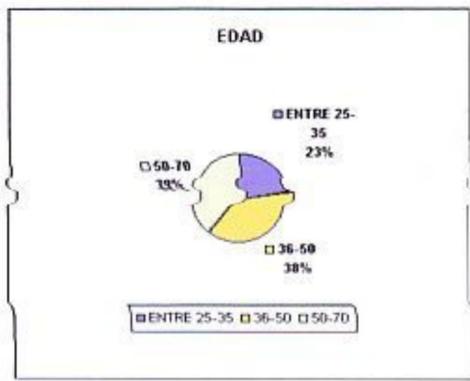
	TOTAL
DE \$50.000 A \$100.000	72
DE \$100.000 A \$150.000	49
DE \$150.000 A \$ 200.000	29
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>



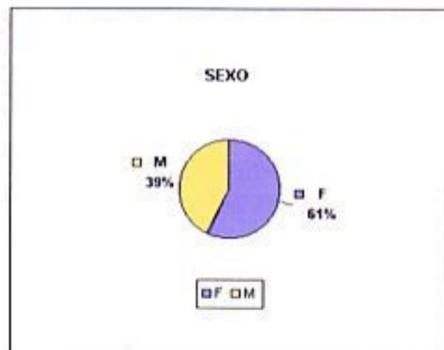
<b>PREGUNTA No 13</b>	
<b>LE GUSTARIA QUE ESTA EMPRESA LE HICIERA LLEGAR INFORMACION MEJOR DETALLADA Y QUE LUEGO SE CONTACTARA CON USTED PARA PROFUNDIZAR EN EL SERVICIO QUE USTED ESTA BUSCANDO</b>	<b>TOTAL</b>
SI	<b>123</b>
NO	<b>27</b>
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>



<b>PREGUNTA No 14</b>	
<b>EDAD</b>	<b>TOTAL</b>
ENTRE 25-35	<b>34</b>
36-50	<b>57</b>
50-70	<b>59</b>
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>



<b>PREGUNTA No 15</b>	
<b>SEXO</b>	<b>TOTAL</b>
F	85
M	65
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>



<b>PREGUNTA No 16</b>	
<b>ESTRATO</b>	<b>TOTAL</b>
III	45
IV	51
V	36
VI	18
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>



### 6.3 Interpretación de Encuestas.

#### •Pregunta No 1

Se determina que la gran mayoría de las personas encuestadas se preocupa por el medio ambiente y la naturaleza, con un 69 % con respecto al 20% que le importa poco y un 11% no le importa.

#### •Pregunta No 2

Se observa que el 44% de los encuestados tiene contacto directo con las plantas, el 53% con jardines, el 37 % con zonas verdes y un 17 % otros que corresponde a Parques.

#### •Pregunta No 3

Con relación a la pregunta 2 los encuestados respondieron que tienen contacto con estos elementos el 57 % en el hogar, el 17% en la Oficina, 25% Sitio de Descanso y el 19% que corresponde a otros con tendencia también en los parques.

#### •Pregunta No 4

De las personas encuestadas el 23% se encarga personalmente del mantenimiento de las zonas mencionadas y un 77% no lo hace personalmente, delega estas funciones.

**•Pregunta No 5**

Esta pregunta nos sirve para determinar la importancia que le dan las personas encuestadas al mantenimiento de sus plantas, zonas verdes y jardines dentro de un rango de 1 a 5 donde 5 es la calificación mas alta, de esta forma el 33% corresponde a la calificación de 5, al 27% de 4, al 20% de 3, al 13% de 2 y un 7% de 1.

**•Pregunta No 6**

Se detecto que los encuestados hacen mantenimiento a zonas verdes, plantas y/o jardines un 9% semanalmente, un 18 % quincenalmente, un **39%** mensualmente siendo este el porcentaje mas alto, un 22% bimestralmente, un 7 % semestralmente y un 5 % anualmente.

**•Pregunta No 7**

Dentro de esta pregunta se detecta que de los encuestados un 19 % contrata servicios de diseño de jardines, un 43 % de mantenimiento en general, un 23% en podado de zonas verdes, un 23% de asesoría en el cultivo y cuidado de sus plantas, un 12% de fumigación y finalmente un 8% otros – decoración.

**•Pregunta No 8**

Las personas que utilizan servicios de jardinerías el **64%** contrata jardineros, el 17 % empresas especializadas, y otros como empleadas del servicio domestico un 19%.

**•Pregunta No 9**

La población que utiliza estos servicios de jardinería manifiesta en un 58 % haber tenido problemas con las personas que desempeñan estas labores y un 42% no han tenido ningún tipo de inconveniente.

**•Pregunta No 10**

Al 82 % de los encuestados le gustaría encontrar en el mercado una nueva empresa especializada en la asesoría y mantenimiento de plantas, jardines y zonas verdes y un 18 % no esta interesado.

**•Pregunta No 11**

En relación con la pregunta 10 si esta nueva empresa ofrece economía, seguridad, confianza y buen servicio un 82 % contraria sus servicios y un 18% no contrataría.

•**Pregunta No 12**

De las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar por estos servicios de \$50.000 a \$100.000 el 48%, de \$100.000 a \$150.000 un 33%, de \$150.000 a \$200.000 un 19%.

•**Pregunta No 13**

Para tener un servicio proactivo concentrado en las necesidades básicas del cliente objetivo, se formula esta pregunta detectando que el 82% estaría interesado en recibir permanentemente información acerca de la empresa y sus servicios y el 18% no está interesado.

•**Pregunta No 14**

Se determina que las encuestas elaboradas fueron respondidas por personas de 25 años en adelante, lo cual se demuestra con un porcentaje de participación para cada uno así, entre 25 y 35 años un 23%, entre 36 y 50 Años un 38%, entre 50 y 70 Años un 39%.

•**Pregunta No 15**

El sexo de los encuestados se clasifica de la siguiente manera un 61% personas con sexo femenino y un 39% personas con sexo masculino.

•**Pregunta No 16**

La encuesta fue contestada por 45 personas de estrato 3, 51 personas de estrato 4, 36 personas de estrato 5 y 18 personas de estrato 6.

**6.4 Análisis de la encuesta**

Las personas encuestadas nos confirman que los servicios que **JARDICOL LTDA** ofrecerá, son utilizados usualmente por ellos, que manejan o contemplan un presupuesto periódicamente para este tipo de labores, que la competencia no es claramente identificada y que por lo general acuden a la contratación de personas inexpertas.

Por lo tanto y con base en la encuesta realizada identificamos que para el mercado objetivo es viable la creación de una nueva empresa de servicios de jardinería que cubra y satisfaga sus necesidades con nuevas y mejores alternativas de servicio.

## **7. SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN**

**JARDICOL LTDA** manejará un sistema de distribución directa ya que al ser una nueva empresa de servicios lo más recomendable es el contacto directo con el consumidor final o cliente objetivo.

### **7.1 Canales de Distribución**

La Distribución Directa es la vía que utilizará JARDICOL LTDA, ya que es la más adecuada dada las características del servicio, y así logrará ubicarse en el mercado de una forma rápida y efectiva.

**PRODUCTOR** —————> **CONSUMIDOR FINAL**

## **8. PUBLICIDAD**

Por ser una empresa nueva y teniendo en cuenta que la competencia no está identificada claramente por el mercado objetivo, las campañas publicitarias serán de vital importancia para el lanzamiento y promoción de la empresa y de sus servicios, por lo tanto se presentan las siguientes opciones publicitarias.

### **8.1 Evento público**

- Con el fin de obtener reconocimiento público a nivel masivo en Bogotá estaremos ubicados con un stand en la feria del hogar.

### **8.2 Prensa**

- Se publicará un aviso estándar en el periódico EL TIEMPO, en una sección acorde a la empresa y donde se mencione su ubicación, teléfonos, servicios y promociones. (Esto se hará solo una vez como refuerzo importante a la campaña de lanzamiento). Se anexa propuesta.

### 8.3 Televisión

•Se pautara inicialmente en **CITY TV**, teniendo en cuenta que es un canal de alto rating a nivel local, de costos económicos y el cual nos ofrece una buena alternativa promocional. Esto se hará también en programas relacionados con los servicios que presta la empresa. Se anexa propuesta.

### 8.4 Logo.



## III. ESTUDIO DE PRODUCCION

### 9. PRODUCCION

Es el proceso de transformación de insumos por medio del talento humano con ayuda de herramientas o recurso como son: el conocimiento, recursos físicos, materia prima, materiales, maquinaria y tecnología.

El objetivo principal es usar la infraestructura de **JARDICOL LTDA.** para satisfacer las necesidades de los clientes.

#### 9.1 OBJETIVOS

El principal objetivo de **JARDICOL LTDA.** es el de implementar todos sus servicios en los diferentes sectores de la economía donde se encuentre ubicado el mercado objetivo, trazándose metas que logren el punto de equilibrio ideal para la compañía, logrando el crecimiento anual necesario tanto en ventas como en utilidades.

## 9.2 FICHA TÉCNICA

### LÍNEA DE SERVICIOS

#### DISEÑO DE JARDINES



**Contribuimos a mejorar el Medio Ambiente el paisaje y la naturaleza con la ayuda de expertos que le brindaran el mejor servicio y asesoría.**

- Diseño y construcción de jardines, cascadas y planificación de zonas verdes
- Ambientación de apartamentos, oficinas, locales comerciales
  - Poda parcial de plantas
  - Tratamiento fitosanitario de plantas
  - Suministro de plantas ornamentales, árboles, tierra abonada, abonos, materas, piedra bola y laja

## MANTENIMIENTO EN JARDINES, ZONAS VERDES



### Contribuimos a preservar la Vida

- Conservación y mantenimiento de césped
- Perfilado y bordeado con relación a áreas perimetrales
- Aporque y plateo de árboles y arbustos
- Fumigación y fertilización
- Empradización y renovación de zonas verdes
- Barrido y recolección de desechos
- Limpieza general de plantas y follaje
- Remoción de tierra.
- Podas técnicas preventivas, correctivas y de formación
- Fumigación contra plagas, hongos y malezas
- Aplicación de abono liquido y/o granulado
- Riego oportuno

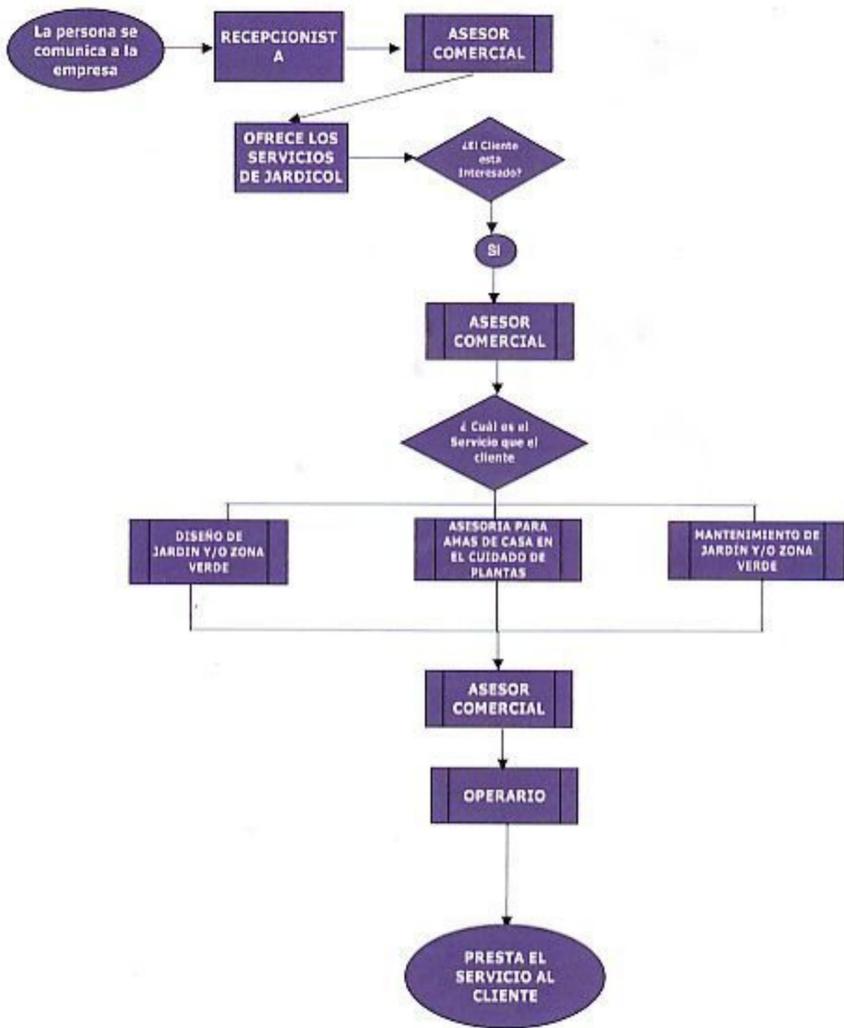
## ASESORIA PERSONALIZADA



### Sabemos que le gusta la naturaleza

- Nuestro Personal Calificado te asesora para que tengas tus plantas en el mejor estado

### 9.3 DIAGRAMA DE FLUJO



#### 9.4 TECNOLOGIA REQUERIDA

JARDICOL LTDA utilizara maquinaria sencilla pero de ultima tecnologia las cuales seran suministradas por los mejores y mas confiables proveedores

#### 9.5 EQUIPOS E INSTALACIONES

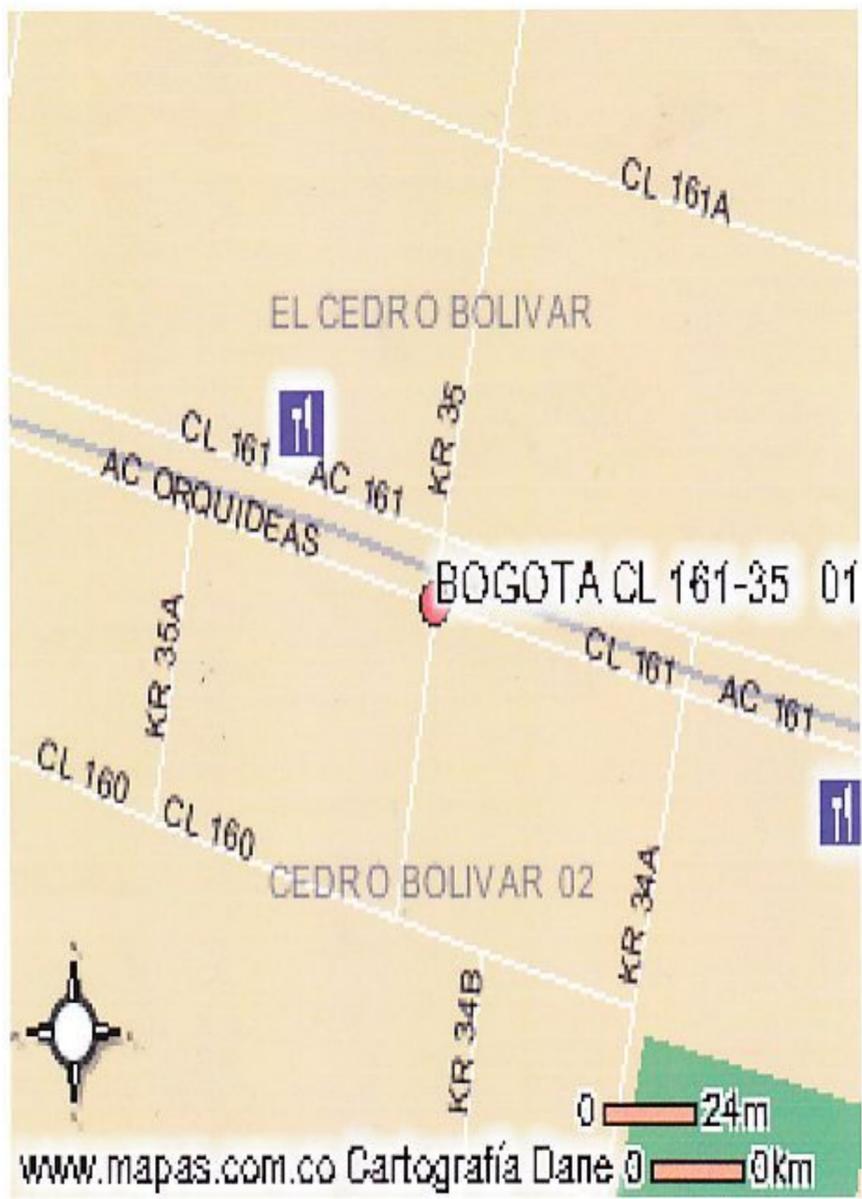
EQUIPO	CANTIDAD	MARCA
Guadañadora	1	Shindaiwa
Máquina cortacésped	1	Shindaiwa
Fumigadora de Espalda	1	farmate
Tijera para podar	1	Ecomax
Escoba metálica	1	Ecomax
Pala punta redonda	1	Collins
Pala punta cuadrada	1	Collins
Hoyador	1	Herragro
Zapapica	1	Herragro

#### 9.6 PROVEEDORES Y COTIZACIONES

MATERIA PRIMA	PROVEEDOR	CALIDAD
MACHETE PULIDO	CIMVERMEC	BUENA
PALAS	COLIMA	EXCELENTE
ASADONES	COLIMA	EXCELENTE
GUADAÑADORA	AGUILA CORNETA	BUENA
PICA PASTO	GAVILAN	EXCELENTE
MARTILLO	CIMVERMEC	EXCELENTE
TIJERAS	CIMVERMEC	EXCELENTE
PODADORA	AGUILA CORNETA	BUENA
SEGUETA	GAVILAN	EXCELENTE

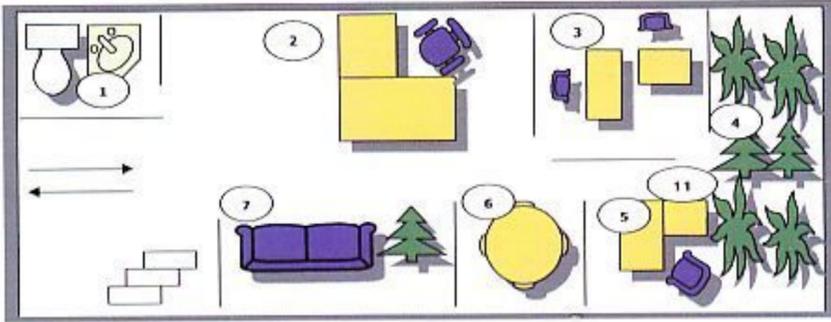
#### 10. UBICACIÓN DE LA EMPRESA

La empresa estará ubicada estratégicamente con fácil acceso para sus empleados, proveedores y lo más importante para sus clientes. Se encuentra alrededor de una zona residencial y comercial, exactamente en la calle 161 No. 35-02

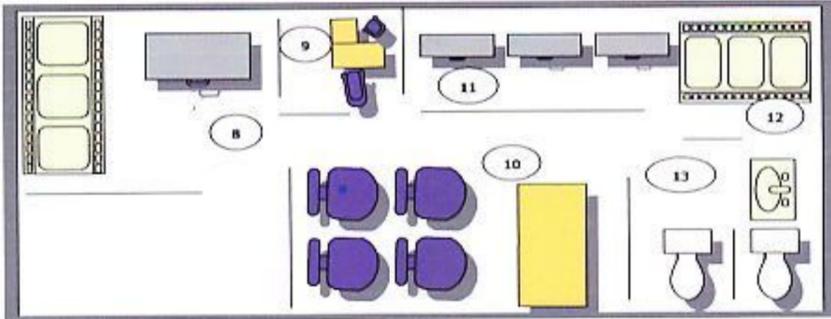


# 11. DISEÑO Y DISTRIBUCION DE LA PLANTA

## 11.1 Planta Primer Piso



## 11.2 Planta Segundo Piso



### 11.3 Convenciones de la distribución de planta

#### **Primer Piso**

← Ingreso y Salida Oficina



Escaleras



1. Baño Sala de espera
2. Recepción
3. Oficina Asesores Comerciales
4. Jardín Empresas
5. Oficina Gerente General
6. Sala de Ventas
7. Sala de Espera

#### **Segundo Piso**

8. Cuarto de Materiales y Archivador
9. Oficina de Ingeniero Agrónomo
10. Salón para Capacitación
11. Vestier Operarios
12. Cocina Empleados
13. Baños Segundo Piso

## 12. Mano de obra requerida

ACTIVIDAD	NUMERO DE PERSONAS	HABILIDAD
Capacitación	1	Profesionalismo y Experiencia
Asesoría	3	Relaciones Interpersonales y experiencia
Mantenimiento y servicio en general	2	Destreza en el campo de la jardinería y experiencia

## 13. Aspectos Preoperativos de la Empresa

ACTIVIDAD	PERSONA O AREA RESPONSABLE	PERIODO DE REALIZACION
Montaje Empresa	Gerente	Enero 2006
Contacto de proveedores	Gerente Administrativo	Enero 2006
Selección y contrato de personal	Gerente Administrativo	Diciembre 2005
Compra de Equipos	Gerente Administrativo	Enero 2006

Fecha de puesta en marcha de JARDICOL LTDA. Febrero del 2006

## 14. FIJACION DE PRECIOS

El precio de cada uno de los servicios que JARDICOL LTDA prestara inicialmente se establecerá de acuerdo a los costos fijos y a los costos variables, agregándole al costo total la utilidad esperada, teniendo en cuenta el volumen total de la inversión y los precios de servicios similares que se encuentran en el mercado.

## 15.COSTOS

### 15.1COSTO VARIABLE UNITARIO

#### MANTENIMIENTO GENERAL

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNI	COSTO TOTAL
NYLON	8	MTS	345	2760
GASOLINA	1	GALON	5000	5000
ACEITE	0,25	GALON	8400	2100
PESTICIDIA/FUMICIDA/INSECTICIDA	0,25	LITRO	80000	20000
QUIMICOS	1	KILO	780	780
FLORESENCIA	1	KILO	3000	3000
MATABOZA	1	KILO	4000	4000
GALLINAZA	1	KILO	400	400
BOÑIGA DE GANADO	1	KILO	400	400
CASCARILLA DE ARROZ	1	KILO	60	60
TRANSPORTE			7000	7000
BOLSAS DE BASURA	1	PAQUETE	1000	1000
<b>TOTAL COSTO VARIABLE DE SERVICIO A PRESTAR</b>				<b>46500</b>
<b>UNIDAD DE SERVICIO</b>	<b>1 DIA</b>	<b>COSTO VARIABLE</b>	<b>TOTAL</b>	<b>46500</b>

**\*Los demás servicios no presentan costos variables unitarios ya que en ellos no se utilizan materias primas\***

### 15.2 COSTOS FIJOS

Ver estudio financiero detallado

### 15.3 PRECIO DE VENTA

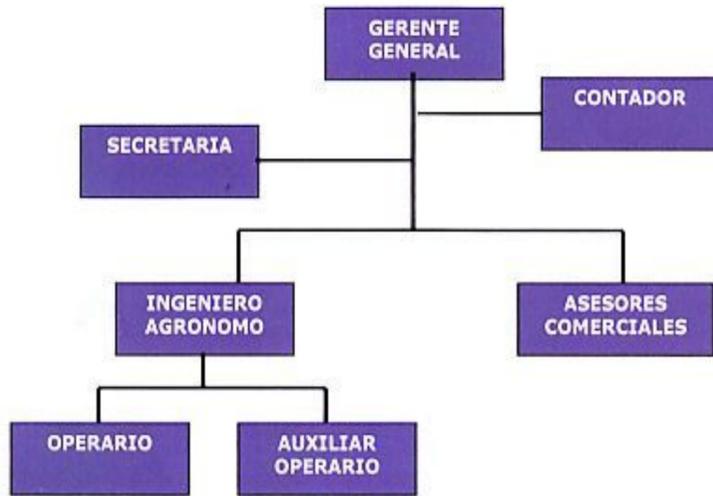
Ver estudio financiero detallado.

#### IV. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

El estudio organizacional tiene como fin estructurar de manera adecuada el recurso humano, a fin de lograr la eficiencia y la eficacia del personal que laborará en nuestra empresa. Para esto, se requiere de una estructura administrativa que consulte las necesidades de la empresa en términos de su organización, la cual debe ser proyectada en un organigrama, que esté de acorde con el objeto social de la empresa, es decir, la producción y la comercialización del servicio ya mencionado.

También se incluye lo relacionado con las funciones de las diferentes áreas que integrarán la futura empresa, con el fin de hacer eficientes las diferentes actividades que se necesitan para el éxito de JARDICOL LTDA.

#### 16. ORGANIGRAMA



## **17. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL JARDICOL LTDA**

### **17.1 Departamento Administrativo y Financiero**

#### **17.1.1 Objetivos Generales:**

- Manejar adecuadamente las políticas y herramientas necesarias para el crecimiento de la empresa.
- Mantener una excelente liquidez de la empresa que le permita permanecer en un mercado con alto nivel de competencia.
- Administrar el capital de la empresa
- Generar excedentes que permitan el sostenimiento de la empresa
- Minimizar costos
- Dirigir, planear, organizar y controlar todas las acciones de la empresa

#### **17.1.2 Cargos**

- Gerente
- Contador
- Secretaria
- Ingeniero Agrónomo

#### **17.1.3 Clase de Contratos**

##### **▪ Gerente**

Contrato a término indefinido, con prestaciones de acuerdo a la ley

##### **▪ Contador**

Contrato por servicios profesionales, con la obligación de asistir mínimo 1 vez por semana

##### **▪ Secretaria**

Contrato a término indefinido, con prestaciones de acuerdo a la ley

##### **▪ Ingeniero Agrónomo**

Contrato a término indefinido, con prestaciones de acuerdo a la ley

## 17.2. Descripción de los cargos y funciones

### •Gerente

Tiene a su cargo todo el manejo de la empresa, la supervisión de todo el personal y sus funciones; tiene acceso a toda la información de todas las áreas de la empresa.

### •Contador

Manejara información confidencial con respecto a la situación financiera de la empresa, como balances, estado de resultados, flujos de ingresos y egresos y flujos de caja.

### •Secretaria

Es responsable de atender las actividades de recepción y respuesta de información de la empresa, y archivo de la misma, pago de nomina, control de caja menor, pagos menores, consignaciones y atención de actividades normales secretariales.

### •Ingeniero Agrónomo

Es el encargado de la asesoría interna y externa en el tema de diseño de jardines y manejo adecuado de plantas y materiales – materia primas, para la prestación de los servicios de la compañía.

#### 17.2.1Atributos para el cargo

##### •Gerente

- Experiencia mínima 3 años
- Manejo de personal
- El Gerente será uno de los socios

##### •Contador

- Profesional
- Experiencia Mínima 3 años
- Honestidad

##### •Ingeniero Agrónomo

- Profesional
- Experiencia comprobada mínimo 3 años
- Disponibilidad de Tiempo completo

- Secretaria
- Estudios Universitarios
- Experiencia mínima 2 años
- Excelente presentación personal y relaciones personales

## **18. DIRECCIÓN COMERCIAL**

### **18.1 Objetivos Generales**

- Analizar frecuentemente los cambios que tiene el mercado y la competencia, con el fin de ubicar fallas a tiempo y así lograr estratégicamente una etapa de crecimiento y madurez ideal para la empresa.
- Dar a conocer la empresa y sus servicios y posicionarlos en el mercado

### **18.2 Cargos y Clases de Contrato**

- Asesores Comerciales y operarios  
Contrato a término indefinido, con las prestaciones de ley.

### **18.3 Descripción del Cargo y Funciones**

- Asesores Comerciales y operarios
  - Personal con experiencia en el campo de la jardinería
  - Habilidad en el manejo de clientes
  - Excelente presentación
  - Experiencia en el manejo de la maquinaria
  - Servicio al cliente
  - Asesorías Personalizadas

## **19. RECLUTAMIENTO DE PERSONAL**

**JARDICOL LTDA.,** para el reclutamiento de personal utilizará los servicios de clasificados o referencias.

### **19.1 Proceso de Selección**

Se hará de acuerdo a las referencias de cada empleado, haciendo énfasis en la experiencia y conocimiento del área o cargo a ocupar.

## 19.2 Tipo de Contratación

Se harán contratos a término fijo menor a un año y en los casos especiales a término indefinido.

## 19.3 Inducción

La inducción se hará por parte de la gerencia general y el ingeniero agrónomo

### 19.3.1 Proceso de Inducción

- Presentación del personal y conocimiento de las instalaciones
- Presentación de la Misión y Visión de la empresa
- Funciones a desempeñar
- Políticas empresariales

## 20. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS

CARGO	SUELDO	TOTAL
GERENTE GENERAL	\$ 600.000	\$600.000
SECRETARIA	\$ 381.500	\$381.500
OPERARIO (1)	\$ 420.000	\$420.000
AUXILIAR OPERARIO 1	\$ 381.500	\$381.500
ASESORES (2)	\$ 381.500	\$763.000
INGENIERO	\$ 600.000	\$600.000

## 21. RELACIONES DE TRABAJO

**JARDICOL LTDA,** busca crear una empresa abierta donde el empleado exponga sus ideas e inquietudes a fin de que se presente un mejoramiento continuo en los puestos de trabajo, en los resultados y en la organización de la misma.

Se trabajara permanentemente por crear un ambiente agradable de trabajo con buenas relaciones laborales basadas en la comunicación.





## 26. PRESUPUESTO DE VENTAS

PRESUPUESTO DE VENTAS				
	Producto	Unidades	Precio	TOTAL
Año 1	SERVICIOS	1.488	\$ 59.677	\$ 88.800.000
	TOTAL			\$ 88.800.000
Año 2	SERVICIOS	1.711	\$ 63.855	\$ 109.268.400
	TOTAL			\$ 109.268.400
Año 3	SERVICIOS	2.053	\$ 68.325	\$ 140.300.626
	TOTAL			\$ 140.300.626

## 27. PRESUPUESTO DE COMPRAS

PRESUPUESTO DE COMPRAS				
	Año 1	Año 2	Año 3	
	SERVICIOS	SERVICIOS	SERVICIOS	
Productos a comprar	1.488	1.711	2.053	
Inv. Final de Producto Ter.	124	143	171	
Inv. Inicial de Prod. Ter.	0	124	143	
Unidades a Comprar	1.612	1.730	2.082	
Valor compra Unitario	15.000	16.350	17.822	
Valor Total Compras	24.180.000	28.282.230	37.103.650	

## 28. PRESUPUESTO DE GASTO Y ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS				
	Año 1	Año 2	Año 3	
Arrendamientos	\$ 6.600.000	\$ 7.260.000	\$ 7.986.000	
Servicios	\$ 3.600.000	\$ 3.960.000	\$ 4.356.000	
Sueldos de Administración	\$ 25.325.496	\$ 27.351.536	\$ 29.539.659	
Depre. de Muebles y Enseres	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	
Gastos Generales de Admón.	\$ 6.600.000	\$ 7.260.000	\$ 7.986.000	
Sueldos de Ventas	\$ 13.972.056	\$ 15.089.820	\$ 16.297.006	
Propaganda y Otros Gastos	\$ 6.000.000	\$ 6.600.000	\$ 7.260.000	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 62.697.552</b>	<b>\$ 68.121.356</b>	<b>\$ 74.024.665</b>	

## 29. ESTADO DE RESULTADOS

JARDICOL LTDA			
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO			
	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas Brutas	\$ 88.800.000	\$ 109.268.400	\$ 140.300.626
<b>VENTAS Netas</b>	<b>\$ 88.800.000</b>	<b>\$ 109.268.400</b>	<b>\$ 140.300.626</b>
Costo de Ventas	\$ 24.180.000	\$ 28.282.230	\$ 37.103.650
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 64.620.000</b>	<b>\$ 80.986.170</b>	<b>\$ 103.196.975</b>
Gastos de Admón. y Ventas	\$ 62.697.552	\$ 68.121.356	\$ 74.024.665
Arrendamientos	\$ 6.600.000	\$ 7.260.000	\$ 7.986.000
Servicios	\$ 3.600.000	\$ 3.960.000	\$ 4.356.000
Sueldos de Administración	\$ 25.325.496	\$ 27.351.536	\$ 29.539.659
Deprecia. Muebles y Enseres	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000
Gastos de Administración	\$ 6.600.000	\$ 7.260.000	\$ 7.986.000
Sueldos de Ventas	\$ 13.972.056	\$ 15.089.820	\$ 16.297.006
Propaganda y otros Gastos	\$ 6.000.000	\$ 6.600.000	\$ 7.260.000
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$ 1.922.448</b>	<b>\$ 12.864.814</b>	<b>\$ 29.172.311</b>
Utilidad antes de Impuestos	\$ 1.922.448	\$ 12.864.814	\$ 29.172.311
Provisión Impuesto de Renta	\$ 740.142	\$ 4.952.953	\$ 11.231.340
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 1.182.306</b>	<b>\$ 7.911.861</b>	<b>\$ 17.940.971</b>

## 30. PRESUPUESTO DE CAJA

JARDICOL LTDA			
PRESUPUESTO DE CAJA			
	Año 1	Año 2	Año 3
<b>INGRESOS</b>			
Ventas del Periodo	\$ 88.800.000	\$ 109.268.400	\$ 140.300.626
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 88.800.000</b>	<b>\$ 109.268.401</b>	<b>\$ 140.300.626</b>
<b>EGRESOS</b>			
Insumos	\$ 24.180.000	\$ 28.282.230	\$ 37.103.650
Arrendamientos	\$ 6.600.000	\$ 7.260.000	\$ 7.986.000
Servicios	\$ 3.600.000	\$ 3.960.000	\$ 4.356.000
Sueldos Admón. (- Cesantías)	\$ 23.907.268	\$ 25.819.850	\$ 27.885.438
Gastos Generales de Admón.	\$ 6.600.000	\$ 7.260.000	\$ 7.986.000
Sueldo Ventas (- Cesantías)	\$ 11.109.621	\$ 14.244.791	\$ 15.384.374
Propagandas y Otros Gastos	\$ 6.000.000	\$ 6.600.000	\$ 7.260.000
Pago de Impuesto de Renta	\$ 0	\$ 740.142	\$ 4.952.953
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 84.076.889</b>	<b>\$ 94.167.013</b>	<b>\$ 112.014.415</b>
Flujo Neto del Periodo	\$ 4.723.111	\$ 15.101.388	\$ 27.386.211
Saldo Inicial de Caja	\$ 11.900.000	\$ 16.623.111	\$ 31.724.499
<b>SALDO FINAL DE CAJA</b>	<b>\$ 16.623.111</b>	<b>\$ 31.724.499</b>	<b>\$ 59.110.710</b>

### 32. PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO			
P.E.	=	C.F.	
		Mg. C.	
Mg. C.	=	Precio Vta. Unitario	- Costo Variable Unitario
Mg. C.	=	59.677	- 15.000
Mg. C.	=	44.677	
P.E.	=	62.697.552	
P.E.	=	44.677	
P.E.	=	1.403	

33. RAZONES FINANCIERAS

	LIQUIDEZ		ENDEUDAMIENTO		RENTABILIDAD	
	ACTIVO CORRIENTE	PASIVO CORRIENTE	PASIVO TOTAL	X 100	MARGEN NETO UTILIDAD	UTILIDAD NETA
			ACTIVO TOTAL		VENTAS NETAS	X 100
<b>RAZON CORRIENTE</b>						
	15.623.111	740.142	2.940.805	X 100	2.940.805	1.182.306
<b>RAZON CORRIENTE AÑO 1</b>						
	15.623.111	740.142	25.123.111	X 100	25.123.111	88.800.000
<b>RAZON CORRIENTE AÑO 1</b>						
	22,46		11,71			1,33
<b>RAZON CORRIENTE AÑO 2</b>						
	31.724.499	4.952.953	9.530.332	X 100	9.530.332	7.911.861
<b>RAZON CORRIENTE AÑO 2</b>						
	6,41		39.624.499	X 100	39.624.499	109.268.400
<b>RAZON CORRIENTE AÑO 3</b>						
	59.110.710	11.231.340	18.375.572	X 100	18.375.572	17.940.971
<b>RAZON CORRIENTE AÑO 3</b>						
	5,26		66.410.710	X 100	66.410.710	140.300.626
<b>RAZON CORRIENTE AÑO 3</b>						
			27,67			12,79