



GUIA PLAN DE EMPRESA DE JARDINERÍA

Contenido del Plan de Empresa

1. Identificación del proyecto

1. Nombre de la empresa.
2. Explicación breve de la actividad: Empresa de servicios de jardinería. Se diseñan y ejecutan obras de ajardinamiento y se lleva a cabo el mantenimiento o conservación de zonas verdes. También como resultado de las nuevas necesidades relacionadas con el medio ambiente, se ofrecen servicios especializados como: repoblación forestal, limpieza de montes, tratamientos fitosanitarios, sellado de vertederos, etc
3. Ubicación geográfica
4. Fecha de inicio de la actividad
5. Forma jurídica específica

2. Datos de las personas que promueven el proyecto

1. Datos personales: Nombre, domicilio , DNI,
2. Breve historia profesional de las personas que promueven el proyecto:
 - a. Formación y experiencia laboral en general
 - b. Experiencia laboral en el proyecto y habilidades o capacidades que faciliten la puesta en marcha del proyecto.

3. Descripción del producto y mercado

1. Definición detallada del servicio y descripción de sus características:
 - Diseño, ejecución (plantación) y mantenimiento de jardines y fincas.
 - Limpieza y reforestación de montes

- Servicios de Albañilería y Cantería aplicados a jardinería: Albañilería y cantería: bordillos, aceras, arquetas y cerramientos. Preparación del terreno: Vías, caminos y plazas, escaleras y muros de contención. Elementos de un jardín: infraestructuras para riego y la iluminación, elementos para revestimiento de jardín: complementos de recreo, equipamiento y mobiliario, elementos de carpintería, fuentes, estanques, juegos de agua.
- Servicios complementarios: selle de vertederos, recuperaciones medioambientales...

1. Segmentos de mercado a los que va dirigido: Los principales clientes de jardinería suelen ser:

- Particulares
- Empresas constructoras
- Comunidades de vecinos
- Mancomunidades de montes
- Empresas e Instituciones Públicas

Las empresas de jardinería empiezan a trabajar también con técnicos como arquitectos, paisajistas, geógrafos, etc

2. Insistir en los elementos innovadores que aportan y en las características que los diferencian de la competencia.

4. Estudio de mercado

Formas de encontrar información:

- En Internet : Páginas oficiales, guías de actividad, ...Acudir a páginas oficiales asociadas al sector, como: Consellería de Agricultura, Pesca y Alimentación, Consellería de Industria, Comercio e Innovación, Consellería de Medio Ambiente, Agua, Urbanismo y Vivienda, Ministerio de Medio Ambiente, Ministerio de Fomento, Instituto Valenciano de la Edificación, Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias.

También consultar páginas de Asociaciones Profesionales: Asociación Española de Arboricultura, Asociación Española de Centros de Jardinería, Asociación Española de Equipamiento Urbano y Medio Ambiente, Asociación Española de Paisajistas,

Asociación Española de Parques y Jardines Públicos, Federación española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas, Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos Agrícolas y Peritos Agrícolas, Sociedad Española de Horticultura.

- Dirigirnos directamente a clientes, proveedores, intermediarios comerciales y competencia. Realizar encuestas o entrevistas. Observación directa. Recorrer mercado.

Tipo de información que queremos encontrar:

- Conocer el **Macroentorno**, donde nos movemos:
 - Factores económicos: Interesa conocer multitud de factores a nivel general, pero sobre todo conocer la situación del sector en que se encuadra nuestra actividad. La actividad de jardinería es considerada por la Unión Europea y por España como una actividad que puede generar empleo y un elemento potencial de crecimiento y desarrollo futuro. La actividad de jardinería se puede encuadrar en varios sectores:
 - Sector agrícola para las actividades de plantación de fincas y jardines
 - Ordenación urbana respecto a la actividad de diseño y planificación de paisajes y jardines
 - Sector forestal respecto a las tareas de reforestación y limpieza de montes
 - Factores demográficos:
 - Acudir al Ayuntamiento donde vamos a crear la empresa o a la concejalía de Urbanismo y consultar si hay algún estudio publicado sobre zonas verdes. Según la información consultada, los municipios con más de 10.000 habitantes tienen o tendrán en un futuro próximo zonas verdes, según datos del INE, más de 96 municipios de la Comunidad Valenciana superan esta cifra.
 - Convendría ir al Ayuntamiento o Ayuntamientos donde pensamos ejercer nuestra actividad y solicitar datos del Censo de Población y Viviendas. Según datos nacionales de dicho Censo, en la Comunidad Valenciana existen más de 564.086 viviendas secundarias de las que muchas pueden ser chalets, apartamentos en urbanizaciones con zonas verdes, clientes potenciales de servicios de jardinería. La provincia de Alicante es donde se concentra el mayor número de

segundas viviendas, seguidas de Valencia y Castellón. La media de las Comunidades Autónomas españolas de viviendas secundarias es inferior a la de la Comunidad Valenciana.

- El Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural publica datos, como el del III Inventario Forestal Español sobre la superficie forestal española. La superficie de la Comunidad Valenciana representa un 53,99% del total de la superficie nacional y un 32,45% está arbolada. En los presupuestos de nuestra comunidad se destina una inversión muy superior al resto de comunidades de gasto destinado a espacios protegidos que permite realizar trabajos para incrementar la extensión del monte arbolado, conservación de bosques, trabajos para hacer frente a la erosión y desertización.
- Factores tecnológicos: conocer la tecnología que tenemos que utilizar, ejemplo maquinaria o herramientas. Ver si es necesario un servicio técnico importante o si vamos a tener que estar renovando la maquinaria.
- Factores socioculturales: En nuestra comunidad la actividad turística es muy importante, lo que hace que hayan más zonas urbanizadas.
- Factores políticos: La política medioambiental europea y la futura legislación urbanística suponen importantes oportunidades para el desarrollo de la actividad porque fomentan la creación de zonas verdes. Las administraciones públicas destinan dentro de la inversión y gasto públicos importantes cantidades en áreas de jardines y parques públicos.
- Factores jurídicos o legales: Hay que conocer la normativa que puede afectar a nuestra actividad. Se pueden necesitar permisos especiales de Sanidad, analizar la normativa a seguir en construcción que afecte a nuestra actividad, la normativa de Seguridad e Higiene, Reglamento electrotécnico de baja tensión, Normas tecnológicas de edificación.

- Conocer el **Microentorno:**

En general, las empresas de jardinería comienzan su actividad a nivel local y luego la amplían a nivel comarcal o provincial. Es aconsejable prestar el servicio donde se demande siempre analizando si va a ser rentable.

- **Clientes:** la Comunidad Valenciana al ser zona costera y de atracción turística internacional se da un fenómeno de segundas residencias de gran importancia. Hay muchos apartamentos en urbanizaciones, chalets, bungalows,... todo esto

forma parte de nuestro mercado potencial. Para obtener información de cuantas viviendas secundarias existen, podemos acudir al Ayuntamiento o y a los municipios de alrededor y consultar en los censos, también los metros cuadrados de estas viviendas si tienen esta información. Después mediante encuestas personales, telefónicas a empresas, instituciones y particulares analizar si sus necesidades se encuentran totalmente cubiertas y su grado de satisfacción respecto a la empresa de jardinería que la atiende.

Los clientes analizados en la Comunidad Valenciana según entrevistas realizadas son:

- Particulares y comunidades de vecinos un 50%
- Empresas el 45,5%
- Instituciones públicas: 4,5%

Los servicios más demandados son:

- Mantenimiento de empresas y urbanizaciones: 46%
- Servicios particulares: 17%
- Mantenimiento particulares: 15%
- Diseño de jardines: 11%
- Riegos y decoración: 10%
- Limpieza de montes: 1%

Conviene tener en cuenta la composición de cartera de clientes:

- Para los clientes particulares se trabaja sobre todo desde mayo a septiembre
- Para empresas e instituciones públicas se pueden obtener ingresos durante todo el año.

El mercado potencial para empresas de servicios de jardinería y mantenimiento lo podemos dividir en estos segmentos:

1. Empresas constructoras: Para diseño y ejecución de obra de zonas verdes, tanto para edificios, urbanizaciones, autovías, etc...Si la constructora se presenta a concurso público la empresa de jardinería tiene que hacer el correspondiente estudio y diseño de espacios verdes. Si la constructora gana el concurso puede elegir a dicha

empresa de jardinería o a otra (pérdida de trabajo). Son servicios de gran dimensión y tienen márgenes más altos pero también implica aplazamientos de pago incluso hasta más de 180 días.

2. Particulares: Los servicios prestados pueden ir desde el diseño y ejecución al mantenimiento de jardines y fincas. Las casas suelen estar situadas en municipios cercanos a ciudades o cabeceras comarcales y tienen una superficie media entre 250 y 500 metros.

3. Agrupaciones de personas físicas como comunidades de vecinos (suelen contratar mantenimiento de zonas verdes de edificios, urbanizaciones y a veces mantenimiento de piscinas y mobiliario) o mancomunidades de montes (suelen solicitar limpiezas y repoblación forestal)

4. Empresas, cualquier empresa que tenga zona verde puede contratar servicios de diseño, ejecución y sobre todo mantenimiento. Destacan sobre todo los complejos hoteleros con jardines y zonas verdes muy numerosos en la Comunidad Valenciana.

5. Administraciones Públicas: Todas las entidades públicas desde el Estado, la Generalitat y los ayuntamientos tienen a su cargo jardines y parques, ya sean públicos o de edificios. Algunos ayuntamientos tienen personal contratado para su mantenimiento, pero lo más normal es que convoque un concurso para el mantenimiento de las zonas verdes de su propiedad o la ejecución de otras nuevas.

6. Otros: estadios de fútbol, campos de golf, zonas verdes de autopistas, centros comerciales, polígonos industriales, aeropuertos...

Competencia: Para obtener datos del número de competidores existentes, como Jardinería no tenía un epígrafe concreto hasta el 2009, nos fijamos además de las empresas de jardinería, en el total de empresas registradas en el IAE: Servicios agrícolas y ganaderos y servicios forestales. Después podemos visitar las empresas competidoras y conocer como trabajan y averiguar que márgenes se mueven.

También en guías de publicidad como pueden ser Páginas Amarillas o en Asociaciones de empresas de jardinería.

Acudiendo a técnicos y expertos como: los existentes en Cámaras de Comercio, ayuntamientos, asociaciones sectoriales, se puede obtener bases de datos, situación general del sector,.....)

Como resultado de las llamadas y visitas se puede obtener un tamaño aproximado del mercado en la zona, que tipo de servicios se están demandando, donde se concentra la demanda y de servicios de jardinería que no sean competidores directos que empresas son las competidoras.

Poniéndonos en contacto con gerentes, propietarios, y empleados de otras empresas (no operan en la zona donde vas a poner tu empresa) podemos obtener mucha información, aprovechar su experiencia y mejorarla

La competencia analizada indica que hay fuerte competencia:

- ◆ Muchos competidores que perjudican a las pequeñas empresas, ya que bajan mucho los precios.
 - ◆ Hay muchos jardineros no profesionales que ofrecen precios mucho más bajos, al igual que la calidad de su servicio. Suelen ser personas que ofrecen al margen de su profesión labores de jardinería como actividad complementaria.
 - ◆ Con mayor frecuencia viveros y garden centres están ampliando su gama de servicios, pasando de mero abastecimiento a actividades de diseño y mantenimiento de jardines.
-
- **Proveedores:** Hay que averiguar todos los posibles proveedores que existen, conocer cuales son sus condiciones de servicio, plazos de entrega, precios que ofrece, a que distancia están, para elegir el que me haga mas competitivo. Para ello valoramos :
 - El que mejor combinación precio-calidad ofrece
 - El que mejor condiciones y plazos de entrega ofrece
 - El que mayor aplazamiento de pago ofrece

Los proveedores analizados suelen ser:

- Proveedores de maquinaria y herramientas.: Hay que valorar precio, calidad de la maquinaria y asistencia técnica eficiente. Normalmente son firmas internacionales. Es posible llegar a un acuerdo en cuanto a los aplazamientos de pago.
- Proveedores de existencias: abono, plantas, semillas... suelen ser viveros, centros de jardinería, tiendas de venta de material agrícola, cooperativas de

labradores,... Suelen conceder aplazamientos de treinta o sesenta días, dependiendo de volumen de compras y de la fidelidad como cliente.

Factores personales: analizar si tenemos la formación adecuada, si conocemos la tecnología que vamos a necesitar para desarrollar la actividad, si tenemos experiencia previa para gestionar el negocio, y si podemos contar con financiación.

Análisis DAFO: Con los datos obtenidos en el estudio de mercado podemos elaborar un listado de las debilidades y fortalezas a nivel interno y de las amenazas y oportunidades a nivel externo.

.ANALISIS INTERNO	ANALISIS EXTERNO
Debilidades	Amenazas
Competencia centrada en precios	Fuerte Competencia
Dependiendo del tipo de cliente puede ser actividad estacional.	Existencia de jardineros no profesionales
No tener experiencia previa en la actividad	Sensibilidad a la crisis económica: no es un servicio de primera necesidad
No contar con financiación propia	
Fortalezas	Oportunidades
Se puede ofrecer distintos servicios lo que amplía la capacidad de crecimiento.	Tendencia a la construcción de zonas comunes, amplios jardines: la gente prefiere vivir en el extrarradio o zonas urbanizadas .
No requiere gran inversión.	Demanda de entorno verde, protegida por políticas a nivel europeo, nacional y comunitario
Se puede realizar con facilidad un trato personalizado al cliente.	Tendencia de los ayuntamientos a contratar a otras empresas (externalizar) la creación y mantenimientos de jardines y parques públicos.

5. Plan de marketing

- **Tipo de producto o servicio:**

- Atributos y ventajas frente a la competencia: Formas de diferenciarnos de la competencia pueden ser dirigirnos a un público específico a través de una oferta especializada o intentar acceder a negocios todavía poco explotados (replantación forestal, tratamientos fitosanitarios, riego automático, diseño de áreas recreativas, etc.).

También, ya que es un mercado muy competitivo vía precios, ofrecer un servicio en que la calidad sea relevante, como puede ser:

- Servicio rápido pero eficiente
- Realización de un seguimiento personalizado de cada cliente
- Utilizar productos de calidad y la tecnología adecuada que garanticen un resultado satisfactorio: calidad de tratamiento de plantas, árboles, césped...

○ Identificación: Algunos de los servicios fundamentales pueden ser:

- Ejecución de zonas verdes: plantaciones, césped, riegos automáticos, macizos y rocallas.
- Mantenimiento y conservación de zonas verdes
- Limpieza y desbroce de jardines.
- Riegos automáticos.
- Diseño y decoración de zonas verdes: mobiliario, iluminación, fuentes, etc

Otros servicios complementarios:

- Limpieza y desbroce de montes.
- Repoblación forestal
- Asistencia técnica y tratamientos fitosanitarios
- Servicio integral a urbanizaciones (zona verde, piscina, mobiliario, etc)
- Venta de abonos, plantas, semillas y demás productos para un jardín.
- Sellado de vertederos
- Recuperaciones medioambientales (márgenes de ríos)

● **Precio:** Para fijar el precio de nuestro servicio tenemos que analizar:

- Los costes que me supone el prestar el servicio
- Los precios de la competencia
- Los precios que están dispuestos a pagar la demanda
- Descuentos que puedo ofrecer
- Condiciones y plazos de cobro a los clientes

Para los diseños y ejecuciones de jardines se hacen presupuestos globales, sea analiza la superficie en cuanto a tamaño y diferencias de nivel y se contemplan los

materiales que vamos a necesitar, el personal que voy a necesitar y los costes de desplazamiento.

Para el mantenimiento de jardines, parques, limpieza y reforestación de montes se estima el coste total del servicio al año y se divide en doce meses, tanto a empresas como a particulares.

Los datos que aparecen en la Guía de Centros Europeos de Empresas Innovadoras sobre precios en el 2007 son:

- ◆ Diseño de jardín 400 m²: entre 180,30 y 240,40 euros.
- ◆ Con los elementos normales (césped, setos como cierre, ejecución de jardín de 300 m algún árbol frutal, alguna rocalla, dos árboles más y algún arbusto): 3005 euros

- **Punto de venta o distribución**

- Directa: la venta suele ser directa

Pautas de la distribución:

- Selectiva: llegar a clientes concretos
- Exclusiva: llegar a clientes exclusivos
- Intensiva: llegar al mayor número de clientes.

Las instalaciones suelen ser de una superficie media entre 100 y 150 metros. Si se dedica más a ejecución que a mantenimiento necesitará más espacio ya que la maquinaria es mucho mayor.

Se suelen situar las empresas de jardinería en la periferia, cerca de áreas semiurbanas. Las únicas características que tienen que tener el local son que sirva de almacén y que tenga fácil acceso para los vehículos.

- **Publicidad y Comunicación:**

- Publicidad: prensa, buzoneo, marketing telefónico, páginas Web
- venta directa (fuerza de ventas): ver si necesitamos personal específico para buscar clientes.
- Promoción: muestras, descuentos, ofertas...
- Relaciones públicas.

Entre las herramientas más utilizadas suelen estar anuncios en directorios comerciales: Páginas Amarillas, QDQ, etc, anuncios en prensa y vehículos, Internet.

Boca-oído siempre que vaya respaldado de factores de calidad.

Acudir a Ferias nacionales de jardinería e Iberflora Valencia

Aunque no es muy frecuente a veces se hacen labores comerciales visitando a posibles clientes, en especial a las promotoras que están construyendo.

6. Plan de producción

- **Descripción del producto y proceso productivo** o el circuito de prestación de servicios.

Diseño y ejecución del jardín:

1. Estudio de las necesidades del medio, riego, épocas de floración, brotación, descripción de las especies y variedades más adecuadas.

2. Identificación de los elementos del jardín. Elaboración de planos e identificación de las distintas zonas del jardín según su uso.

Elementos no vegetales: Iluminación, riego, decoración, vías, caminos, plazas, cerramientos, juegos de agua, zonas de juego (fosos, arena, etc), instalaciones para animales, mobiliario.

Elementos vegetales: Parterres, arreates, macizos, plantaciones de árboles, setos, rocallas, praderas, arbustos aislados, huertos, plantas acuáticas...

3. Preparación del terreno: Replanteo de las diferentes zonas, movimientos de tierras (nivelación, desmontes, terraplenes, aporte de tierras...), excavaciones, compactaciones, manejo de herramientas y maquinaria, Normas de seguridad e higiene.

4. Obras de albañilería y cantería: Manejo de herramientas y maquinaria de albañilería y cantería, Colocación y manejo de materiales cerámicos (ladrillos, teja, azulejos...) piedra artificial, labrado de piedra, materiales pétreos, aglomerantes, hormigón...Labrado de piedra, realización de una cimentación, construcción de muros y paredes,.....Normativa a seguir en construcción, normas de seguridad e higiene

5. Identificación in situ de los distintos tipos de bordillos, caceras, arquetas y cerramientos. Construcción y colocación.

6. Vías, caminos y plazas: Reconocimiento de los distintos tipos de vías, caminos y plazas. Replanteo y ejecución de la obra.

7. Elaboración de escaleras y muros de contención

8. Infraestructuras para el riego e iluminación: Elementos que componen la red de riego: tipo de canalización (pvc.), elementos de regulación y control (válvulas, filtros...), diferenciación de elementos de salida (bocas de riego,

aspersores..Diferenciación de los elementos que componen la red de iluminación (cables, mangueras, elementos de corte y protección (interruptores, diferenciales), tipos de luminarias según forma y función. Construcción y montaje de la infraestructura de iluminación y riego.

Normativa a cumplir: Reglamento electrotécnico de baja tensión, Normas tecnológicas de la edificación, Normas de Seguridad e higiene

- ◆ Replanteo según proyecto de fuentes, estanques y juegos de agua, montaje de las infraestructuras: red de tuberías, sistema eléctrico y acabado.
- ◆ Preparación del terreno para la plantación: cava, rastrillado, aporte de estiércol
- ◆ Replanteo de la vegetación: marcaje de la ubicación de árboles, setos, arbustos
- ◆ Apertura de hoyos para las plantas
- ◆ Plantación plantas principales
- ◆ Colocación de bocas de riego, farolas, aspersores, punto de luz
- ◆ Plantación de plantas menores.
- ◆ Colocación de elementos no vegetales: estatuas, columpios, etc
- ◆ Plantación o siembra de las zonas de pradera.
- ◆ Acabado plantación, pintura, colocación de piedras,...
- ◆ Acabado de carpintería: pérgolas, emparrados, celosías, casetas para animales...
- ◆ Complementos de recreo, equipamiento y mobiliario: colocación y anclaje o restauración de toboganes, fosos de arena, bancos, papeleras....

Para el mantenimiento de jardines:

- Podado y riego de césped
- Rehabilitación, limpieza y mantenimiento de jardines y zonas verdes.
- Mantenimiento de comunidades de propietarios.
- Mantenimiento y limpieza de piscinas.
- Siembra de césped y nuevas plantaciones.
- Abonados.
- Poda de arbolado y palmeras.
- Tratamientos fitosanitarios.

- Instalación y mantenimiento de riegos.

- **Plan de ventas** que incluye :

- Descripción: La mayor parte de las ventas provienen de mantenimientos de residenciales y urbanizaciones con piscinas y jardines. El siguiente servicio que supondría un mayor número de ingresos sería los trabajos realizados para promotoras (o ejecuciones de obra). Los que menos ingresos reportan son los trabajos realizados a particulares.

Los márgenes que se pueden conseguir para promotoras son más altos que los de mantenimientos.

Es más importante por tanto la composición de cartera de clientes que el número de clientes. Es decir, ver la carga de trabajo que produce cada cliente y su valor económico.

También es importante estudiar la estacionalidad de algunos clientes, sobre todo en trabajos para particulares que se realizan casi siempre de abril a septiembre.

- Estimación de las ventas que se van a producir durante el año preferentemente desglosado por meses. Las previsiones calculadas según las entrevistas realizadas a distintas empresas de jardinería al año pueden ser estas:
 - 48 mantenimientos de residenciales y urbanizaciones al año. Cada servicio se cobra a 1.450 euros anuales.
 - 12 trabajos para promotoras o ejecuciones de obra al año. El precio cobrado es de 2.350 euros a cada una.
 - 24 servicios a clientes particulares al año, con un precio medio de 650 euros por servicio.

SERVICIOS	IMPORTE
Mantenimiento Residenciales y urbanizaciones (48 al año)	69.600
Ejecuciones de Constructoras (12 al año)	28.200
Mantenimiento para particulares (24 al año)	15.600
Total de ingresos al año	113.400

- Estimación del porcentaje en que se van a incrementar las ventas en los próximos dos años
- Formas de cobro: normalmente se establecen cuotas mensuales.

- **Plan de compras y aprovisionamiento.**

- Analizar las cantidades materias primas y materiales necesarios en función al plan de ventas. Calcular su coste

Como ya sabemos por meses que ventas vamos a tener, podemos estimar las necesidades de material que tenemos que comprar para poder realizar dichas ventas.

Descomponemos las compras de material y el gasto de combustible necesario por meses.

Establecemos las condiciones de pago al proveedor, para saber en que momento tengo que realizar dichos pagos.

- Política de compras y almacenamiento de existencias:
- Estimar las necesidades de existencias en almacén y su rotación.
- Listado de proveedores, otras fuentes de aprovisionamiento alternativas y su localización.
- Gestión de Almacenes, control de inventarios ...

- **Programa de producciones** o circuito de prestaciones de servicio temporales, incluye:

- unidades a producir y coste de producción. En función de las ventas estimadas, analizamos lo que vamos a vender en un año y lo que nos cuesta.
- Capacidad de producción o prestación del servicio
- Subcontratación.
- Cuando se va a producir.
- Enumerar los equipos necesarios: local, maquinaria, instalaciones....
- Aspectos legales.
- Edificios, locales y terrenos necesarios
- Necesidades de personal,
- Descripción de los procesos del control de calidad en cada etapa.

En cada proyecto hay que identificar las necesidades de cada cliente.

7. Organigrama y Recursos Humanos

- a. Organigrama de la empresa .Ejemplo: El promotor y dos trabajadores contratados a jornada completa. En las épocas de más ventas se valorará la contratación temporal.
- b. Descripción detallada de todos los puestos de trabajo: El propietario suele asumir las tareas que requieren mayor formación y responsabilidad (ejecución de obras, comercial, gerencia...) frente a las de carácter auxiliar que desarrolla el resto del personal. El propietario suele encargarse de organizar el trabajo, es decir, coordinar a los jardineros.
- c. En la mayoría de los casos los propietarios se caracterizan por contar con experiencia previa adquirida trabajando en alguna empresa relacionada con la jardinería.
- d. En los últimos años se han creado empresas por parte de gente joven que proviene de carreras técnicas relacionadas con la jardinería y que adquieren experiencia conforme avanza la empresa. Sería importante incluir en el personal un oficial de jardinería con experiencia.
- e. Se debe obtener el título de carne de manipulador de plaguicidas si se trabaja con tratamientos fitosanitarios, para que el cliente tenga mayor confianza ya que estos productos son tóxicos.
- f. Normalmente se externalizará la asistencia contable, laboral y fiscal.
- g. Convenio Colectivo: Convenio colectivo estatal de jardinería 2004-2009

8. Plan económico-financiero

Plan de Inversiones:

La partida más importante corresponde a la compra de maquinaria y en su caso a la compra de la nave, por lo que muchas empresas optan por el alquiler.

INVERSIÓN INICIAL	TOTAL EN EUROS
ACTIVO NO CORRIENTE	<u>28.300,12</u>
Gastos de primer establecimiento	950
Edificios, locales y terrenos	
Obras de acondicionamiento	4.000

Maquinaria	9.000
Instalaciones	
Elementos de transporte	6.300
Herramientas y utillajes	3.005,06
Mobiliario y Enseres	3.005,06
Equipos informáticos	2.040
Patentes y Marcas	
Depósitos y fianzas	
ACTIVO CORRIENTE	
Existencias	
Tesorería	
TOTAL INVERSION INICIAL	

Se opta por alquilar la nave, luego se incluirá el gasto en la cuenta de explotación provisional.

El acondicionamiento del local asciende a 4.000 euros

La partida de maquinaria recoge: Dos cortacéspedes, una desbrozadora, un cortasetos, una motozada, una motosierra, un motocultor y un escarificador.

La partida de herramientas de mano e instrumentos de utillaje incluye: sacos, bolsas, picos, palas, rastrillos, ropa, elementos de seguridad...

Los vehículos incluyen una furgoneta de segunda mano para el desplazamiento de operarios y de maquinaria.

Hemos incluido la adquisición de un ordenador, un mobiliario mínimo y material de oficina.

Los gastos de puesta en marcha se componen de licencias de apertura, notarías, etc...

En la inversión inicial se debe incluir también en las existencias los materiales que vamos a necesitar los meses iniciales para poder iniciar la actividad: abonos, plantas, ...

También una previsión de tesorería para poder cubrir los gastos básicos de los meses iniciales: luz, agua, sueldos, seguros sociales,.....

Plan de financiación

FUENTE DE FINANCIACION DE INVERSIONES	IMPORTE EUROS
RECURSOS PROPIOS	
Capital	19.810,08
Aportaciones no dinerarias	
Subvenciones	
RECURSOS AJENOS	

Créditos con entidades financieras	8.490,04
Leasings	
Proveedores	
Aportaciones sin costes financieros	
Otros	
TOTAL FINANCIACION	28.300,12

EL promotor aporta un 70% de la inversión inicial. Se consigue un préstamo de 8.490,04 euros. El plazo de amortización es de tres años y el tipo al 6,5%

Balance de situación

:

BALANCE DE SITUACION	IMPORTE EUROS
ACTIVO	
A)ACTIVO NO CORRIENTE	
Inmovilizado	
Inversiones financieras a LP	
B)ACTIVO CORRIENTE	
Existencias	
Cientes	
Deudores	
otras deudas a corto plazo	
Inversiones financieras a CP	
Tesoreria	
TOTAL ACTIVO (A+B)	
PATRIMONIO NETO Y PASIVO	
A)PATRIMONIO NETO	
A.1. Fondos propios	
Capital	
Otras aportaciones de socios	
Resultados	
Resultados de ejercicios anteriores	
B)PASIVO NO CORRIENTE	
Deudas a LP con entidades financieras	
Otras deudas a LP	
C)PASIVO CORRIENTE	
Deudas a CP con entidades financieras	
Otras deudas a CP	
Proveedores	

Acreeedores	
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	

Cuenta de explotación previsional.

CUENTA DE EXPLOTACIÓN PREVISONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS			
Ventas	113.400		
Ingresos financieros			
Otros ingresos			
TOTAL INGRESOS			
GASTOS			
Compras de productos	32.305		
Variación de Existencias			
Transportes			
Suministros	2.460		
Alquileres	6.720		
Reparación y conservación	1.750		
Publicidad y Propaganda	1.500		
Material de Oficina			
Primas de Seguros	700		
Servicios profesionales independientes	1.128		
Tributos			
Combustible	2.160		
Otros gastos			
Sueldos y Salarios	37.800		
Seguridad Social Régimen Autónomos	3.360		
Seguridad Social Régimen General	7.854		
Gastos financieros	551,85		
Amortizaciones	7.129,01		
TOTAL GASTOS	105.417,86		
RESULTADO ANTES DE IMPUESTO	7.982.14		
SOCIEDADES			
Impuesto de Sociedades			
RESULTADO DEL EJERCICIO			

El gasto variable más importante corresponde a las materias primas : abonos, semillas, plantas, árboles, material de riego, elementos de decoración de jardín, etc... Mensualmente serían un gasto de 2.692, 08 euros. Se

han calculado los aprovisionamientos necesarios par realizar 4 servicios de mantenimientos mensuales de residenciales, 12 ejecuciones de obra y promotoras al año y 24 servicios de clientes particulares al año.

Los gastos de combustible, son 92 euros mensuales de gasoil para la furgoneta y 88 euros mensuales para la maquinaria.

Los gastos, de revisión y reparación de la maquinaria, calculados suponen un gasto de 437,5 euros al trimestre.

Los gastos de servicios de profesionales independientes incluyen los gastos que suponen los servicios de una asesoría, aproximadamente de 94 euros al mes.

Los gastos de personal que hemos considerado son catorce pagas del emprendedor, un oficial de jardinería y un peón.

Sueldo mensual del emprendedor: 1000 euros al mes +240 euros autónomos = 1240

Sueldo del oficial: 1000 euros más seguridad social = 1330

Sueldo del peón: 700 euros más seguridad social = 931 euros.

Hemos supuesto que el emprendedor alquila un local, donde guardará la maquinaria y donde tiene un pequeño despacho de unos 125 metros que le cuesta al mes 560 euros.

Los gastos mensuales de luz y agua son de 80 euros mensuales. El importe de teléfono, fax e Internet de 125 euros al mes.

Porcentajes de amortización:

Herramientas de mano y utillaje, elementos de transporte y mobiliario: 10 años

Acondicionamiento del local, equipos informáticos: cinco años

Maquinaria: dos años, debido a que en este sector las máquinas, por su alta carga de trabajo, deben ser sustituidas en el primer o segundo año.

Plan de Tesorería

PLAN DE TESORERÍA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
--------------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------	-----------	-----------

COBROS																				
Clientes																				
Subvenciones																				
Otros deudores																				
TOTAL COBROS																				
PAGOS																				
Proveedores																				
Acreedores *																				
Tributos: impuestos locales, IVA, IRPF, SOCIEDADES,																				
Otros acreedores																				
Sueldos y Salarios																				
Seguridad Social Régimen de Autónomos																				
Seguridad Social Régimen General																				
Pago gastos financieros de préstamos bancarios																				
Pagos cuota de amortización de préstamos bancarios																				
Pagos de cuotas de Leasing																				
TOTAL PAGOS																				
SALDO DE TESORERIA																				

9. Aspectos formales

Los aspectos formales abarcan la forma jurídica y criterios de su elección y otros trámites administrativos y legales

A parte de los trámites generales:

En la Consellería de Sanidad y de Agricultura , Pesca y Alimentación hay que solicitar la inscripción en el Registro Oficial de Establecimiento y Servicios plaguicidas de la Comunidad Valenciana por la utilización de plaguicidas y herbicidas para el tratamiento de zonas verdes.. Además es necesario poseer el Carne de Manipulador de plaguicidas.

La normativa general:

Reglamento de Planeamiento de la Comunidad Valenciana (decreto 201/ 1998)

Ley de ordenación del territorio de la comunidad valenciana (ley 6/ 1989)

Ley de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje. (Ley 4/2004)

Ley de Forestal de la Comunidad Valenciana (Ley 3/1993)

Ley de Prevención de Riesgos Laborales 54/2003

Real Decreto 39/1997 sobre servicios de prevención

Real Decreto 485 sobre señalización

Real Decreto 486 sobre lugares de trabajo

Real Decreto 487 sobre manipulación de cargas

Real Decreto 773 sobre las disposiciones mínimas de seguridad y salud relativas a la utilización por los trabajadores de equipos de protección individual.

Real Decreto 842/2002 sobre el Reglamento electrotécnico para baja tensión.

Real Decreto 314 por el que se aprueba el Código Técnico de la Edificación

Real Decreto 1316 sobre la protección de los trabajadores frente a los riesgos derivados de la exposición al ruido durante el trabajo.

10. Valoración final

Se realizará una valoración global de proyecto que englobe:

- Viabilidad técnica
- Viabilidad estratégica
- Viabilidad económico financiera

11. Anexos

En este punto se añadirá toda la información que sea sirva de apoyo al proyecto:

- Identificación de la promotora y de la empresa.: DNI o NIE, CIF
- Informe de Vida Laboral y currículos
- Datos, estadísticas, censos que has utilizado para el estudio de mercado,
- Presupuestos de la inversión a realizar,
- Pre-contrato o borrador del contrato de alquiler,
- Planos y fotos del local, proyecto de obra,
- Material publicitario., Catálogo o fotos de productos ,Cartas de apoyo, etc