

1. Resumen ejecutivo

El equipo promotor de FarmUp lo formamos tres titulados del Máster en Ingeniería y Gestión Medioambiental y tres del Máster en Business Administration.



Fernando Castro Melania Cavagna Alejandra Cristóbal Cinthia De la Rosa Ariadna Girelli David López

Nuestra idea surge a raíz de la preocupación creciente de la sociedad por la alimentación y los problemas de sobrepeso y obesidad infantil, por los sistemas productivos en la industria alimentaria, y por el precio de los alimentos, que vemos reflejada en las noticias de prensa y TV, donde hay una mayor presencia de artículos y documentales sobre la industria alimentaria y los hábitos alimenticios, así como mediante la experiencia personal y las entrevistas realizadas a potenciales clientes donde queda de manifiesto la preocupación por conocer lo que comemos y adoptar un estilo de vida saludable.

La solución que proponemos se basa en ser un medio para ampliar el conocimiento de la sociedad en lo relativo a la producción de alimentos y el control de los sistemas productivos, la promoción de una alimentación más saludable, y una mayor concienciación sobre el cuidado del Medio Ambiente. Y hemos decidido hacerlo mediante la agricultura, pues sus productos están en la base de nuestra alimentación y se relaciona muy directamente con una dieta sana y con la naturaleza. En concreto, buscamos intervenir en el proceso educativo de los niños como futuros adultos responsables. En base a esto, lo que ofrecemos es una formación en agricultura urbana mediante dos servicios.

Por un lado, excursiones para cursos de infantil y primaria al huerto de FarmUp, situado al norte de Madrid, en el municipio de El Molar, en el que los alumnos pueden ver un proceso agrario completo, además de realizar una actividad en la que poner en práctica lo aprendido: el uso de herramientas, los tipos de cultivo y su siembra, el riego y el compostaje. Esta actividad está dirigida a grupos de 50 alumnos, que trabajaran con dos monitores con formación en huertos escolares en una actividad de 4 horas, que incluye además un snack y un regalo promocional, así como los autobuses de ida y vuelta.

Por otro lado, ofertamos la realización de talleres trimestrales en horario lectivo en los colegios, que se encontrarán integrados en las asignaturas del curso escolar de los distintos ciclos de Educación Primaria y en Educación Infantil. Se trata de fomentar un aprendizaje teórico-práctico sobre huertos urbanos, su importancia en el cuidado y respeto del medio ambiente, así como en el fomento de hábitos de vida saludable, los distintos tipos de cultivos, cómo sembrarlos y recolectarlos, y los cuidados requeridos, además de aprender cómo elaborar compost natural e incluso realizar prácticas de laboratorio para conocer las características del suelo y del agua. En este caso, los talleres se dirigen a grupos de 25 alumnos, que reciben por parte de un monitor, una formación de ocho horas repartidas en cuatro sesiones de dos horas a lo largo de un trimestre.

Por tanto, dentro de nuestro mercado, nuestro segmento de clientes lo componen los centros educativos de infantil y primaria, públicos y privados, de la Comunidad de Madrid. Teniendo en cuenta esto, contamos con 15.012 clientes potenciales. De este modo, la oferta está dirigida a personas entre los 3 y los 12 años, pero la compra será efectuada por los colegios o por las asociaciones de padres.

Nuestra competencia no está constituida por competencia directa, sino alternativa. De hecho, existen muchas actividades para el tiempo libre de los niños, pero pocas se encuentran integradas en la jornada escolar. Esto nos permite tener un equilibrio estable: tenemos muchos puntos de diferenciación y escasas ofertas similares. Nuestra posición en el mercado es especialista: líderes de nicho, es decir, hemos identificado el conocimiento del consumidor y con nuestra oferta damos respuesta a sus necesidades.

Teniendo en cuenta lo anterior, para desarrollar nuestro proyecto necesitamos el alquiler de un terreno en El Molar, situado al norte de la Comunidad de Madrid, así como la compra de una nave que se encontrará dentro de dicho terreno. Es necesario también acondicionar tanto la nave como el terreno para su explotación, así como el renting de una furgoneta como medio de transporte de la empresa. Además, alquilaremos los servicios de una empresa de autobuses escolares.

En cuanto a recursos humanos, aunque esta Start Up ha sido creada por un equipo promotor de seis profesionales, el personal de la empresa estará compuesto por una única persona, que asumirá todas las funciones (dirección general, marketing y ventas, compras, contabilidad y finanzas, operaciones, rrhh y atención al cliente), apoyado por un auxiliar. Se contará además con un equipo de tres monitores, uno de los cuales realizará los cursos en los colegios, proporcionando la asistencia durante las clases y facilitando la implantación del huerto en los centros, y los otros dos se encargarán de desarrollar los talleres y las actividades en la huerta FarmUp.

Esto conlleva una necesidad inicial de 27.000 € para el inmovilizado inmaterial. No existe deuda bancaria ni financiera, por lo que toda la estructura de capital consta de recursos propios provisionados de ahorros de los seis participantes y de familiares. Toda la inversión la asumirá, por tanto, el equipo promotor.

Por otro lado, para fijar el precio hay que tomar en consideración la demanda, pues los consumidores tienen mucho interés en nuestro servicio, pero quieren pagar lo justo, y la rentabilidad. Hemos elegido como estrategia de fijación del precio un pricing basado en la estructura de costes, así que el precio estará formado por los costes y un margen determinado. De esta manera, los costes y el precio por alumno son:

PRODUCTO	COSTE		PRECIO	
Excursiones al huerto FarmUp para Infantil	10,10€		15€	
Excursiones al huerto FarmUp para Primaria	1º Ciclo	10,10€	1º Ciclo	18€
	2º Ciclo	10,10€	2º Ciclo	20€
Talleres en el colegio para Infantil	7,20€		12€	
Talleres en el colegio para Primaria	1º Ciclo	7,84€	1º Ciclo	14€
	2º Ciclo	8,48€	2º Ciclo	15€

A través de los datos de la demanda, también hemos observado que el crecimiento de este tipo de actividad es del 4%. Por otro lado, el negocio se encuentra condicionado pues el calendario escolar va de septiembre a junio, por lo que nuestra empresa no tiene actividad durante los meses de julio y agosto.

Teniendo en cuenta esto, el número de excursiones mensuales realizadas al huerto FarmUp es de 20, ya que estas se realizan de lunes a viernes con una duración de 4 horas, y el número trimestral de colegios visitados es de 12, realizando un total de 24 cursos por trimestre.

Estas ventas varían en su distribución en función del tipo de oferta y del curso. Hemos considerado que en los cursos de infantil los desplazamientos resultan más complejos y habrá por tanto menor proporción de éstos en las excursiones. Sin embargo, queremos enfocar gran parte de nuestra oferta de los talleres en el colegio a ellos, pues nos permite intervenir desde el principio en el proceso educativo de los niños y darle una continuidad mayor al proyecto. Por tanto, se distribuyen en porcentaje de la siguiente manera:

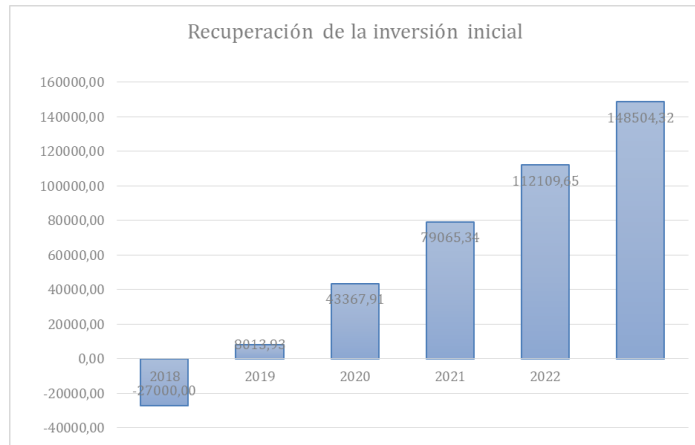
	Infantil	1º Ciclo Primaria	2º Ciclo Primaria
Excursiones	20	40	40
Cursos colegios	50	25	25

Respecto a la cuenta de resultados, la mayoría de nuestros costes son indirectos, en los que se incluyen costes por alquileres, transporte y laborales. Se ha tenido en cuenta el crecimiento de la actividad y el aumento del gasto, de un 1% anual basándonos en el IPC.

	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	208.500,00	216.840,00	225.513,60	234.534,14	243.915,51
CMV	116.360,00	117.523,60	118.698,84	119.885,82	121.084,68
Margen bruto	92.140,00	99.316,40	106.814,76	114.648,32	122.830,83
Gastos generales	7.200,00	7.272,00	7.344,72	7.418,17	7.492,35
Sueldos y Salarios	14.400,00	14.544,00	14.689,44	14.836,33	14.984,70
Alquiler terrenos	24.000,00	24.240,00	24.482,40	24.727,22	24.974,50
Presupuesto de marketing	1.200,00	1.212,00	1.224,12	1.236,36	1.248,72
Margen operativo (EBITDA)	45.340,00	45.793,40	46.251,33	46.713,85	47.180,99
Amortización Nave	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00
Amortización Inmovilizado Material	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Amortización Terrenos	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Amortización equipos Informáticos	285,71	285,71	285,71	285,71	285,71
Amortización Kit Material	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
EBIT	41.304,29	41.757,69	42.215,62	42.678,13	43.145,27
Gastos financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EBT	41.304,29	41.757,69	42.215,62	42.678,13	43.145,27
Impuestos	10.326,07	10.439,42	10.553,90	10.669,53	10.786,32
Beneficio neto	30.978,21	31.318,26	31.661,71	32.008,60	32.358,95

Respecto a la información que se obtiene de los ratios financieros, la tasa de capital para la empresa es del 8%, el VAN del proyecto es mayor que 0 por lo que es viable y que la TIR.M es mayor al coste de capital, por lo que el proyecto es aceptable. El reembolso de la inversión inicial se produciría en el segundo año del negocio. El WACC, que es el Capital Medio Ponderado, es, en nuestro caso, igual al coste de capital de los fondos propios pues no poseemos deuda bancaria ni financiera.

K	8%
VAN	113.126,57
TIR.M	50%
PAYBACK	Principios año 2019
WACC	8%



Por último, nuestra estrategia de crecimiento se basa en el aumento de la oferta. Es por ello que hemos estudiado las posibilidades que nos brindan los territorios más cercanos a la Comunidad de Madrid, las provincias colindantes de Castilla y León y Castilla La Mancha, que proporcionan un total de 4.383 clientes potenciales nuevos, que se suman a los actuales.

De esta manera, nuestro beneficio neto podría ampliarse en el caso de las excursiones simplemente doblando el número de participantes, de los 50 actuales a 100, lo que físicamente sería posible pues la capacidad de la nave es de 135 personas, y aumentando el número de monitores que imparten los talleres en las escuelas, pues si un único monitor puede impartir ocho cursos mensuales, con dos monitores aumentaríamos el doble nuestro beneficio.