

Administración de Empresas

Jado General Service S.A.

Julia Aurora De León Ortiz

Asunción – Paraguay

2019

ÍNDICE

Introducción 10

CAPITULO 1- JURIDICO 11

1.1. Redacción de los Estatutos Sociales 12

1.2. Inscripción en el Registro Público del Comercio y en el Registro Público de Personas Jurídicas 14

1.3. Inscripción en el Registro Único de Contribuyente (RUC) 16

1.4. Rúbrica de libros Contables 17

1.5. Apertura en la Municipalidad de Asunción 18

1.6. Inscripción en el IPS. 19

1.7. Inscripción en el Ministerio de Trabajo Empleo y Seguridad Social (MTESS)19

1.8. Dirección de propiedad intelectual (registro de marcas). 20

1.9. Resumen de costos para la constitución de una SRL. 22

1.10. Localización de la empresa. 25

CAPITULO II - INVESTIGACION DE MERCADO 29

2.1. Definición del problema 29

2.2. Objetivos de la investigación de mercados. 30

2.2.1. Objetivo General. 30

2.3. Objetivos y Requerimientos 30

2.3.1. Objetivos Cognitivos 30

2.3.2. Objetivos Afectivos 30

2.3.3. Objetivos Comportamentales 31

2.3.4. Objetivos Socio demográficos 32

2.4. Diseño de la Investigación 34

2.5. Recolección de datos 34

2.6. Definición de la muestra 40

2.6.1. Definición 41

2.6.2. Marco muestral 41

2.6.3. Determinación del tamaño de la muestra 41

2.6.4. Procedimiento de muestreo 41

2.6.5. Selección de la muestra 42

2.7. Análisis de Datos 42

2.7.1. Informe de Resultados 58

CAPITULO III - LINEAMIENTO ESTRATEGICO 60

3.1. Análisis de la macro segmentación 61

3.1.1. Estructura de mercado de referencia para My Garden S.R.L 62

3.1.2. Misión 63

3.1.3. Visión 63

3.2. Ciclo de vida del producto 63

3.2.1. Introducción 64

3.2.2. Crecimiento 65

3.2.3. Turbulencia 65

3.2.4. Madurez 65

- 3.2.5. Declive 65
- 3.3. Análisis de la Demanda 66
- 3.4. Análisis de la estructura competitiva del sector según Michael Porter 71
- 3.5. Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff. 77

CAPITULO IV - PLAN DE MARKETING 79

- 4.1. Plan de Marketing 80
 - 4.1.1. Variables controlables 80
 - 4.1.4. Matriz FODA 91
 - 4.1.5. Objetivos del Plan de Marketing 94

CAPITULO V – ADMINISTRACIÓN 96

- 5.1. Plan de Administración 97
 - 5.1.1. Variables Controlables 97
 - 5.1.1.1. Recursos Humanos 97
 - 5.1.1.2. Tecnología 97
 - 5.1.1.3. Eficiencia Productiva 98
 - 5.1.2.1. Objetivo 1 102
 - 5.1.3. Estructura Organizacional de My Garden según Mintzberg 103
 - 5.1.3.2. Tipos de organización según Mintzberg 107
 - 5.1.3.4. Mecanismos de Coordinación según Mintzberg 108
 - 5.1.4. Organigrama de la empresa 112
 - 5.1.4.1. Ápice estratégico 113
 - 5.1.4.2. Núcleo de operaciones 113
 - 5.1.4.3. Línea intermedia 113
 - 5.1.4.4. Staff de apoyo 114
 - 5.1.5. Layout 114
 - 5.1.6. Infraestructura y Equipos 115
 - 5.1.7. Manual de funciones 118
 - 5.1.8. Manual de Procedimientos 128
 - 5.1.9. Fluxograma 135
 - 5.1.10. Reclutamiento y selección 138
 - 5.1.10.1. Proceso de Reclutamiento de MY GARDEN S.R.L. 138
 - 5.1.10.2. Políticas de Aplicación 138
 - 5.1.10.3. Políticas de mantenimiento 139

CAPITULO VI – ECONÓMICO 152

- 6.1. Producto interno bruto 153
- 6.2. Producto interno bruto (Paraguay) 154
- 6.3. Balanza comercial 155

CAPITULO VII – FINANCIERO 156

- 7.1. Inversiones 157
- 7.2. Resumen de Inversión en Activos 158
- 7.3. Resumen de los Gastos de Pre inversión 162
- 7.4. Cronograma de Inversión y Financiamiento 163
- 7.5. Depreciación y Amortización 164
- 7.6. Servicio de deuda largo plazo 166
- 7.7. Deuda corto plazo 167

7.8. Mano de Obra	168
7.9. Producción	171
7.10. Proyección de Ventas	174
7.11. Ingresos por ventas	175
7.12. Costos Totales	176
7.13. Punto de Equilibrio	179
7.14. Capital de Trabajo	180
7.15. Estado de Resultado con Financiamiento y sin Financiamiento	182
7.16. Flujo de Caja con Financiamiento	186
7.17. Flujo de Caja sin Financiamiento	188
7.18. Origen y Aplicación con Financiamiento	190
7.19. Origen y Aplicación con Financiamiento	191
7.20. Balance Proyectado con Financiamiento	193
7.21. Balance Proyectado sin Financiamiento	195
7.22. Indicadores Financieros	197
Conclusión	199
Anexos	200

INTRODUCCIÓN

Las empresas de servicios han existido siempre. Su labor ha sido fundamental para el acompañamiento y el aprovisionamiento de sectores de la industria y el desarrollo. Como su nombre indica, son las que proporcionan servicios, es decir, elementos no tangibles que cubren necesidades específicas. Los ejemplos más habituales los encontramos en sectores como la electricidad, el agua, el transporte de mercancías, las comunicaciones, la cultura, el espectáculo, los hoteles o el turismo, entre otros.

Este plan de negocios hace orientación en crear una empresa de servicios generales, esto implica reparaciones, adecuaciones, terminación y ampliación de oficinas y viviendas en general.

En la actualidad los desafíos de las empresas aparte de los servicios directamente relacionados están orientados a brindar también otros aspectos tales como asesoramientos y una atención personalizada, el cual contribuirá a satisfacer las necesidades de los clientes.