

Administración de Empresas

MY GARDEN S.R.L

Diseño y Mantenimiento de Jardines

Alumnas:

María De León

Luz Riquelme

Asunción – Paraguay

2017

ÍNDICE

Introducción	8
CAPITULO I - 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).....	15
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.....	23
1.10. Localización de la empresa	24
CAPITULO II - INVESTIGACION DE MERCADO.....	26
2.1. Definición del problema.....	27
2.2. Objetivos de la investigación de mercados.....	32
2.2.1. Objetivo General.....	32
2.2.2. Objetivos Específicos.....	32
2.3. Objetivos y Requerimientos	32
2.3.1. Objetivos Cognitivos.....	32
2.3.2. Objetivos Afectivos	33
2.3.3. Objetivos Comportamentales	33
2.3.4. Objetivos Sociodemográficos.....	34
2.4. Diseño de la Investigación.....	34
2.5. Recolección de datos.....	36
2.6. Definición de la muestra	44
2.6.1. Definición.....	45
2.6.2. Marco muestral	45
2.6.3. Determinación del tamaño de la muestra	45
2.6.4. Procedimiento de muestreo.....	46
2.6.5. Selección de la muestra.....	46
2.7. Análisis de Datos.....	47
2.7.1. Informe de Resultados.....	64
CAPITULO III - LINEAMIENTO ESTRATEGICO.....	65
3.1. Análisis de la macro segmentación	66
3.1.1. Estructura de mercado de referencia para My Garden S.R.L	66
3.1.2. Misión.....	67
3.1.3. Visión.....	67
3.2. Ciclo de vida del producto.....	67
3.2.1. Introducción	68
3.2.2. Crecimiento	69
3.2.3. Turbulencia	69

3.2.4. Madurez	69
3.2.5. Declive	69
3.3. Análisis de la Demanda.....	70
3.4. Análisis de la estructura competitiva del sector según Michael Porter	77
3.5. Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.	83
CAPITULO IV - PLAN DE MARKETING.....	86
4.1. Plan de Marketing.....	87
4.1.1. Variables controlables.....	87
4.1.1.1. Producto	87
4.1.1.2. Precio	89
4.1.1.3. Plaza.....	90
4.1.1.4. Promoción.....	91
4.1.1.5. Evidencia Física	92
4.1.1.6. Procesos	93
4.1.2. Variables no controlables.....	96
4.1.2.1. Competencia.....	96
4.1.2.2. Consumidor.....	98
4.1.2.3. Entorno.....	99
4.1.3. Listado plano	101
4.1.4. Matriz FODA	104
4.1.5. Objetivos del Plan de Marketing	106
4.1.5.1. Objetivo 1.....	106
4.1.5.2. Objetivo 2.....	107
CAPITULO V - ADMINISTRACIÓN.....	109
5.1. Plan de Administración.	110
5.1.1. Variables Controlables.....	110
5.1.1.1. Recursos humanos.....	110
5.1.1.2. Tecnología.....	110
5.1.1.3. Eficiencia Productiva	111
5.1.2. Objetivos del Plan de Administración.....	111
5.1.2.1. Objetivo 1	111
5.1.3. Estructura Organizacional de My Garden según Mintzberg.....	114
5.1.3.1. Estructura propuesta por Mintzberg	114
5.1.3.2. Tipos de organización según Mintzberg.....	117
5.1.3.4. Mecanismos de Coordinación según Mintzberg	120
5.1.4. Organigrama de la empresa.....	124
5.1.4.1. Ápice estratégico	125
5.1.4.2. Núcleo de operaciones.....	125
5.1.4.3. Línea intermedia.....	125
5.1.4.4. Staff de apoyo.....	125
5.1.5. Layout	127
5.1.6. Infraestructura y Equipos.....	127
5.1.7. Manual de funciones.....	131
5.1.8. Manual de Procedimientos.....	143
5.1.9. Fluxograma.....	149

5.1.10. Reclutamiento y selección.....	152
5.1.10.1. Proceso de Reclutamiento de MY GARDEN S.R.L	152
5.1.10.2. Políticas de Aplicación.....	153
5.1.10.3. Políticas de mantenimiento.....	154
5.1.12. Logotipo My Garden.....	170
CAPITULO VI - ECONÓMICO	171
6.1. Producto interno bruto	172
6.2. Producto interno bruto (Paraguay).....	173
6.3. Balanza comercial	176
6.4. Fluctuación del tipo de cambio	177
6.4.1. Tipo de cambio nominal vs. tipo de cambio real.....	178
6.4.2. Factores que influyen el tipo de cambio.....	179
6.4.3. Tipo de cambio en el Paraguay.....	180
6.5. Inflación, tasas de interés y comercio internacional	182
6.6. Tasas de interés.....	183
6.7. Comercio internacional.....	184
6.9. Superávit o Déficit Fiscal.....	185
6.10. Inflación.....	187
CAPITULO VI – FINANCIERO.....	189
7.1. Inversiones	190
7.2. Resumen de Inversión en Activos.....	191
7.3. Resumen de los Gastos de Pre inversión	192
7.4. Cronograma de Inversión y Financiamiento	193
7.5. Depreciación y Amortización	194
7.6. Servicio de deuda largo plazo.....	195
7.7. Deuda corto plazo.....	196
7.8. Mano de Obra.....	197
7.9. Producción	198
7.10. Proyección de Ventas.....	199
7.11. Ingresos por ventas.....	200
7.12. Costos Totales	201
7.13. Punto de Equilibrio	202
7.14. Capital de Trabajo.....	203
7.15. Estado de Resultado con Financiamiento y sin Financiamiento	204
7.16. Flujo de Caja con Financiamiento	206
7.17. Flujo de Caja sin Financiamiento	207
7.18. Origen y Aplicación con Financiamiento	208
7.19. Origen y Aplicación con Financiamiento	209
7.20. Balance Proyectado con Financiamiento.....	210
7.21. Balance Proyectado sin Financiamiento.....	211
7.22. Indicadores Financieros.....	212
Conclusión.....	214

INTRODUCCIÓN

El presente plan de negocios hace enfoque en crear una empresa de servicios de jardinería, esto implica el mantenimiento y diseño de jardines y las demás actividades que pertenezcan a estas denominaciones.

La empresa adoptará la forma de sociedad de responsabilidad limitada y estará ubicada en el Barrio Villa Aurelia de la ciudad de Asunción.

Considerando que en la actualidad el auge de las valoraciones positivas en torno al medio ambiente y lo ecológico además del interés por el desarrollo sostenible y el impacto ambiental hacen que tomen relevancia los servicios relacionados con la jardinería y los espacios verdes.

Actualmente los desafíos de las empresas aparte de los servicios directamente relacionados están orientados a brindar también otros aspectos tales como asesoramientos de las posibles alternativas en materia de jardinería como ser las sugerencias y planteamientos del estilo de jardín que convendría montar de acuerdo a los espacios disponibles con sus ventajas e inconvenientes respectivamente, una atención personalizada que influya de manera determinante en la satisfacción de los clientes.