

Administración de Empresas

**Green System S.R.L.
Consultora Ambiental**

Natasha Báez Garay

**Asunción - Paraguay
2017**

INDICE

AGRADECIMIENTO	iii
INDICE	iv
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
Lista de Abreviaturas	xvi
Introducción	1
Resumen Ejecutivo.....	3
Marco Conceptual	5
Capítulo I - CONCEPTO DEL NEGOCIO	11
1.1 Descripción de la Empresa.....	12
1.1.1 Concepto de Negocio.....	12
1.1.2 Misión	13
1.1.3 Visión.....	14
1.1.4 Valores.....	15
1.2 Objetivo.....	18
1.3 Localización	19
1.3.1 Macro Ubicación Asunción -Paraguay	19
1.3.2 Micro Ubicación	21
1.4 Ventajas Competitivas	25
1.4.1 Beneficios para nuestros clientes:.....	26
Capítulo II - MARCO LEGAL.....	28
2.1 Proceso de Inscripción de la Empresa.....	29
2.1.2 Constitución Jurídica	30
2.2 Acta de Constitución de la Sociedad.....	32
2.3 Legislación a Considerar.....	38
2.3.1 Leyes que Afectan Directamente al Proyecto.....	38
2.3.2 Otras Legislaciones.....	39
2.4 Plan fiscal de la empresa	45
2.4.1 Gastos de Constitución	46
Capítulo III - ANÁLISIS DEL ENTORNO	48
3.1 Factores Macroeconómicos.....	49
3.1.1 PIB - Producto Interno Bruto.....	50
3.1.2 Valoración del Dólar.....	54
3.1.4 Inflación	56
3.1.5 Tasa de Interés	58
3.2 Factores Microeconómicos	60
3.2.1	Demanda
Elástica.....	60
3.2.2 Oferta Elástica.....	62
Capítulo IV - ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	64

4.1 Organigrama General.....	65
4.2 Mintzberg	68
4.3 Estrategia de Recursos Humanos.....	77
4.3.1 Proceso de reclutamiento del personal.....	77
4.3.2 Proceso de selección.	77
4.3.3 Contratación.....	78
4.3.4 Inducción, socialización.....	78
4.3.5 Adiestramiento, capacitación.....	79
4.3.6 Diseño de los Puestos de Trabajo	80
4.3.7 Manual de Operaciones y Funciones.....	81
4.3.8 Manual de Procedimientos.....	82
4.3.9 Fluxograma	83
4.4 LAYOUT	85
4.5 Definiciones básicas de contabilidad	86
4.5.1 La contabilidad. Definición.	86
4.5.2 Funciones Básicas.....	86
4.5.3 Principios de contabilidad generalmente aceptados.	87
4.5.4 Concepto de activo, pasivo, patrimonio neto.....	92
Capítulo V – ANÁLISIS DE MERCADO	95
5.1 Investigación de Mercado	96
5.1.1 Pasos de la investigación de mercados	97
5.1.2 Proceso de Investigación de Mercados.....	98
5.1.2.1 Necesidad de Información	98
5.1.2.2 Objetivos de la investigación	98
5.1.2.3 Fuente de Datos y Diseño de la Investigación	100
Investigación Concluyente.....	100
5.1.2.4 Procedimiento para la recolección de datos.....	101
5.1.2.5. Diseño de la muestra.....	110
5.1.3.6 Recopilación de datos.....	119
5.1.3.7 Procesamiento de datos.....	119
5.1.2.8 Análisis de datos.....	119
5.1.2.9 Presentación de datos.....	120
5.2 Principales Competidores.....	137
5.3 Análisis de la Estructura competitiva del Sector.....	138
1ra Fuerza - Amenaza de entrada de Nuevos Competidores.....	140
2da Fuerza - Rivalidad entre los Competidores existentes.....	141
3ra Fuerza - El Poder Negociador de los Proveedores	142
4Ta Fuerza - Poder Negociador de los Compradores.....	143
5ta Fuerza – Presión de los Servicios Sustitutos.....	144
Capítulo VI - PLAN DE MARKETING	147
Plan de Marketing.....	148
6.1 Análisis FODA.....	150
6.1.2 Matriz FODA.....	152
6.2 Marketing Estratégico	154
6.2.1 Estrategia de Crecimiento – Igor Ansoff	155

6.2.2 Estrategia Competitiva de Porter	158
6.3 Marketing Operativo	161
Mix de Marketing - Las 7 P (Para Servicios):	162
6.3.1- Productos / Servicios.	162
6.3.2- Precio	167
6.3.3- Plaza.....	168
6.3.4- Promoción.....	168
6.3.5- Procesos.....	170
6.3.6- Personas.....	170
6.3.7- Presencia Física.....	171
Capítulo VII - PLAN OPERACIONAL	172
Plan de Operaciones.....	173
7.1 Organigrama del Sector Productivo	174
7.2 Proceso de Producción	176
7.3 Principales Proveedores.....	179
Capítulo VIII - RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	183
8.1 Responsabilidad Social	184
8.1.1 Acciones de Responsabilidad Socio-Ambiental:.....	186
8.2 Impacto Ambiental.....	189
8.3 Impacto Socioeconómico	190
8.4 Impacto -Cultural	191
8.5 Aspectos Éticos de Sustentabilidad del Proyecto.....	192
Capítulo IX - PLAN DE EXPANCIÓN	193
Plan de expansión.....	194
9.1 Riesgos internos de expansión.	196
9.2 Riesgos externos de expansión.....	197
9.2.1 Barreras de salida.....	198
9.3 Mapa de riesgo.	199
Capítulo X - PLAN FINANCIERO.....	200
CONCLUSION.....	217
GLOSARIO.....	218
BIBLIOGRAFÍA.....	225
ANEXOS	228
Requisitos y formularios para Apertura de la Empresa	229
Entrevia.....	238
Empresas Exportadoras.....	241
Cuadros Auxiliares.....	276

RESUMEN

Tema: “PROYECTO QUE ANALIZA LA CREACIÓN Y FACTIBILIDAD DE UNA CONSULTORA AMBIENTAL”

En el presente trabajo de grado se logró diseñar una idea de negocio que se desarrolla en los siguientes apartados:

MARCO CONCEPTUAL: Busca brindar al lector una breve reseña sobre los servicios a ser brindados.

CAPÍTULO I: Inicia con la descripción del Concepto de Negocios que se desea proyectar, se definen los lineamientos principales en qué consistirá **Green System S.R.L.** se describen los objetivos generales y específicos, así como se definen la misión, visión, valores de la empresa y localización estratégica de la empresa, entre otros aspectos.

CAPITULO II: Desarrolla los aspectos jurídicos necesarios para la constitución de la empresa, así como los gastos que representan y las legislaciones que afectan al negocio.

CAPITULO III: Trata los aspectos económicos que influyen en el mercado, estos son conocidos como indicadores macro-económicos, y posteriormente se analizan los factores micro-económicos que revelan la elasticidad de la oferta y la demanda de los servicios ofrecidos, los cuales podrían afectar directamente al proyecto.

CAPITULO IV: Refiere a las cuestiones que atañan a la administración, planteando una estructura organizacional y en base a ello se definen los manuales y perfiles correspondientes, así como el capital humano necesario.

CAPÍTULO V: Realiza un análisis del segmento al que apuntamos, el cual permite identificar las necesidades y atributos deseados. También se analizan “Las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter”, así como se identifican a los principales competidores, ya sean directos o indirectos.

CAPÍTULO VI: Analiza de las variables manejables y no controlables utilizando la técnica FODA, la cual permite conocer la situación de la empresa; diseñando las Estrategias de Marketing a ser utilizadas, acorde al tipo de proyecto y en consonancia a las mismas se crea un Marketing Mix integrado por las 7Ps.

CAPITULO VII: Bosqueja los Aspectos Operacionales de la organización, los cuales son el eje motor de toda empresa, por lo cual se considera sumamente importante para todo análisis y evaluación de proyectos.

CAPITULO VIII: Contempla la Responsabilidad Social Empresa, así como los impactos sociales, culturales y económicos de la puesta en marcha del proyecto en su conjunto, con la intención que el emprendimiento sea sustentable.

CAPITULO IX: Plantea la Expansión de la empresa, identificando las necesidades para el crecimiento de “**Green System S.R.L.**” y en consecuencia definir las estrategias a ser adoptadas.

CAPITULO X: Desarrolla los aspectos financieros, que comprende la inversión total requerida para la puesta en marcha del proyecto, el capital de trabajo, el presupuesto de ingresos y egresos, los estados financieros proyectados y punto de equilibrio que deberá alcanzar para cubrir todos sus gastos; permitiendo determinar la viabilidad y rentabilidad de la inversión.