

Administración De Empresas

**Servicio de diseño y creación de jardines en la ciudad de
Asunción bajo la denominación de
“*Vy’a Raity – Paisajismo de Jardines S.R.L.*”**

Alumnos:

**Fernando Manuel Pintos Velázquez
Georgina Judith Villanueva Giménez**

**Asunción – Paraguay
2020**

ÍNDICE

DEDICATORIAS	4
AGRADECIMIENTOS	5
RESUMEN.....	17
INTRODUCCIÓN	17
CAPÍTULO I – ASPECTOS JURÍDICOS	19
1.1. Introducción a la Idea del Proyecto.....	19
1.2. Concepto del Negocio	19
1.3. El Producto o Servicio a ofrecer	19
1.4. Clientes Potenciales.....	19
1.5. Objetivos Generales	20
1.6. Objetivos Específicos.....	20
1.7. Requerimientos Jurídicos.....	20
1.7.1.Nombre o razón social.....	20
1.7.2.Tipo de Sociedad.....	21
1.7.3.Proceso de Apertura y Constitución Jurídica	23
1.7.3.1. Redacción de la Escritura de Constitución de la Empresa	24
1.7.3.2. Inscripción en el Registro Público de Comercio.....	27
1.7.3.3. Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.....	29
1.7.3.4. Matrícula de comerciante	29
1.7.3.5. Rubrica de libros contables.....	31
1.7.3.6. Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda (R.U.C.).....	33
1.7.3.7. Inscripción en el Registro Administrativo de personas físicas y Estructuras jurídicas y el Registro Administrativo de Beneficiarios Finales (Ley 6446/19).....	34
1.7.3.8. Apertura en la Municipalidad de Asunción.....	38
1.7.3.9. Inscripción Patronal – Instituto de Previsión Social (IPS).....	40
1.7.3.10. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS).....	41
1.7.3.11. Dirección de Propiedad Intelectual (registro de marcas).	41
1.8. Cuadro Resumen de Gastos Jurídicos.....	43
CAPÍTULO II – INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	44
2.1. Investigación de Mercados.....	44
2.2. Proceso de Investigación de Mercados	44
2.2.1. Necesidad de la Información.....	44
2.2.2. Objetivos y Requerimientos.....	45
2.2.2.1. Objetivo Cognitivos	45
2.2.2.2. Objetivos Afectivos.....	46
2.2.2.3. Objetivos Comportamentales.....	47
2.2.2.4. Objetivo Sociodemográficos.....	48
2.2.2.5. Objetivos de la Demanda	49
2.2.3. Diseño de la Investigación y Fuente de Datos	50
2.2.3.1. Investigación exploratoria	50
2.2.3.2. Investigación Concluyente	51
2.2.4. Procedimiento de elaboración del instrumento de recolección.....	53
2.2.4.1. Cuestionario Estructurado	63

2.2.5. Diseño de la muestra	68
2.2.5.1. Definir la Población	68
2.2.5.2. Identificar el Marco Muestral.....	68
2.2.5.3. Determinar el Tamaño de la Muestra	70
2.2.5.4. Seleccionar un Procedimiento de Muestreo	71
2.2.5.4.1. Procedimiento de Muestreo Probabilístico	71
2.2.5.4.2. Procedimiento de Muestreo No Probabilístico.....	72
2.2.5.5. Procedimiento de Seleccionar la Muestra	73
2.2.6. Recolección de los Datos	74
2.2.7. Análisis de Datos.....	77
2.2.8. Presentación de Resultados.....	96
2.2.9. Valorización del costo.....	96
CAPÍTULO III – LINEAMIENTO ESTRATÉGICO	97
3.1. Análisis de la Macrosegmentación.....	97
3.1.1. Mercado de Referencia.....	97
3.1.2. Misión.....	98
3.1.3. Visión	98
3.2. Análisis de la Microsegmentación	99
3.2.1. Ciclo de Vida.....	99
3.3. Análisis de la Demanda.....	102
3.3.1. Cálculo de la Demanda Global.....	102
3.3.2. Cálculo del Mercado Potencial Absoluto.....	108
3.3.3. Cuota de Mercado	109
3.3.4. Estructura de la Demanda Global.....	109
3.3.5. Objetivos de Ventas	110
3.3.6. Objetivo de Ventas mensuales para el primer año	111
3.4. Análisis de las 5 Fuerzas Competitivas de Porter	112
3.5. Evaluación de la Estrategia de la Matriz de Ansoff.....	116
3.6. Argumento de posicionamiento cualitativo.....	118
CAPÍTULO IV – PLAN DE MARKETING	119
4.1. Plan de Marketing	119
4.1.1. Análisis Situacional.....	141
4.1.2. Objetivos del Plan de Marketing.....	142
CAPÍTULO V – PLAN DE ADMINISTRACIÓN.....	151
5.1. Lineamiento estratégico (Ápice estratégico).....	151
5.1.1. Misión.....	151
5.1.2. Visión	151
5.2. Plan de administración: (Dirección Media)	151
5.2.1. Análisis Situacional.....	152
5.2.2. Objetivos del Plan de Administración.....	167
5.3. Estructura Organizacional.....	173
5.3.1. Organigrama de la Empresa Vy’a Raity S.R.L.	177
5.3.2. Layout.....	178
5.3.3. Manual de Funciones	181
5.3.4. Manual de Procedimientos.....	193

5.3.5. Diagrama de Flujo.....	196
5.3.6. Recursos Humanos.....	200
5.4. Estructura de Costos.....	205
5.5. Plan de Cuentas.....	208
CAPÍTULO VI – ASPECTO ECONÓMICO.....	213
6.1. Indicadores Económicos	213
6.1.1. Producto Interno Bruto (PIB).....	213
6.1.2. Balanza Comercial	214
6.1.3. Fluctuación del Tipo de Cambio	215
6.1.4. Comportamiento de la Reserva Monetaria.....	215
6.1.5. Superávit o Déficit Fiscal.....	216
6.1.6. Inflación	217
CAPÍTULO VII – ASPECTO FINANCIERO.....	218
7.1. Inversiones	218
7.2. Cronograma de Inversión y Financiamiento	221
7.3. Depreciaciones y Amortizaciones.....	222
7.4. Servicio de la Deuda	223
7.5. Mano de Obra.....	225
7.6. Cronograma de Producción y Ventas.....	226
7.7. Ingresos por Ventas.....	227
7.8. Costos Totales.....	229
7.9. Punto de Equilibrio.....	230
7.10. Capital de Trabajo	231
7.11. Estado de Resultado con Financiamiento.....	232
7.12. Estado de Resultado sin Financiamiento.....	233
7.13. Flujo de Caja con Financiamiento.....	234
7.14. Flujo de Caja sin Financiamiento.....	235
7.15. Origen y Aplicación de Fondos con Financiamiento	236
7.16. Origen y Aplicación de Fondos sin Financiamiento	237
7.17. Balances Proyectados con Financiamiento	238
7.18. Balances Proyectados sin Financiamiento	239
7.19. Indicadores Financieros.....	240
CONCLUSIÓN	241
BIBLIOGRAFÍA.....	242
ANEXOS.....	244

RESUMEN

Vy'a Raity SRL será una empresa enfocada a la actividad del paisajismo, ofreciendo un concepto más amplio en el mundo de la jardinería que normalmente acostumbramos a ver.

El primer capítulo, se centra básicamente en la constitución de la empresa, los aspectos jurídicos según el ramo del negocio, el capital integrado y los demás trámites a realizar para la apertura de la misma. Seguidamente, en el capítulo dos se desarrollan la investigación de mercado en donde se conocen los gustos y preferencias de los posibles compradores del servicio. Se define el tipo de investigación a utilizar, la recolección de datos es mediante la encuesta. En el capítulo tres, se analiza la demanda del mercado y sus implicancias. Además de eso se definen estrategias con las cuales se pueden ingresar al mercado acorde a las características, los servicios ofrecidos y la elección de los clientes potenciales. El cuarto, se basa al plan de marketing, en donde se procede a realizar el análisis FODA de la empresa con el fin de fijar los objetivos del plan de marketing. En el capítulo cinco, se expone la estructura administrativa de la empresa. Siendo la misión y visión fundamentales en todas las organizaciones, en la misma se describen los componentes de la estructura organizacional tanto las funciones que cumplen cada uno y los procedimientos más resaltantes a llevar a cabo. El capítulo seis, se encarga de exhibir el aspecto económico del país, basándose en los indicadores económicos en donde se puede analizar la evolución económica, que podrían llegar a impactar en las decisiones financieras de la empresa.

Por último y considerando todo lo mencionado anteriormente, en el capítulo siete se realiza la exposición financiera del plan de negocio, resumiendo todos los datos numéricos necesarios para determinar la viabilidad o no del proyecto, en donde se incluye el cálculo de la tasa interna de retorno y los ratios financieros.