

GC JARDINERÍA INTEGRAL

PLAN DE NEGOCIO EMPRESA GC JARDINERÍA INTEGRAL EN BOGOTÁ

Yuli Angélica Cáceres Abelló

Universidad la Gran Colombia
Facultad de Posgrado y formación continúa
Programa Especialización en Gerencia
Bogotá D.C.
2018

PLAN DE NEGOCIO EMPRESA GC JARDINERÍA INTEGRAL EN BOGOTÁ

Yuli Angélica Cáceres Abelló

Trabajo de Grado para optar el título
Especialista en Gerencia

Dirigido por
Leidy Yolanda González

Universidad la Gran Colombia
Facultad de Posgrado y formación continúa
Programa Especialización en Gerencia
Bogotá D.C.
2018

Tabla de contenido

Línea de investigación	6
Título	6
Definición	6
Justificación.	8
Objetivos	10
Objetivo general	10
Objetivos específicos	10
Antecedentes	11
Competidores indirectos	11
Competidores directos	12
Competidores informales	15
Marco teórico	16
Marco conceptual	30
Marco jurídico	32
Metodología	36
Determinación Diseño de la Investigación.	36
Determinación del Método para la Recopilación de Datos	37
Primarias	37
Secundarias	37
Diseño de encuesta para recopilación de datos.	38
Análisis de la encuesta aplicada	38
Capítulo I	42
Estudio Administrativo de la empresa GC Jardinería Integral	42
Documentación requerida para registrarse como empresa unipersonal ante la cámara de comercio de Bogotá.	42
Datos de la empresa	42
Misión:	42
Visión:	43
Valores corporativos:	43
Tipo de empresa	43
Estudio técnico de producción	46
Modelo Canvas	48
Organigrama	49
Cronograma de actividades.	49
Capítulo II	50
Análisis de mercado de la empresa GC jardinería integral.	50
Análisis del mercado	50
<i>Declaración de posicionamiento</i>	50
Las 4 C	50
Las 4 P	51
Portafolio de productos y servicios GC Jardinería Integral	52
Fuente: propias del autor.	52
Diagnostico	52
Identificación de competidores	56
Competidores directos	56
Competidores informales	57
Análisis de la situación actual	57
Diagnóstico FODA.	57
Cruce de la matriz FODA	58

Medios para cautivar el mercado	59
Capítulo III	61
Estudio técnico de servicios y productos.	61
Portafolio de servicios	61
<i>GC Jardinería Integral</i>	61
<i>Los servicios que ofrece la competencia directa.</i>	62
Capítulo IV	62
Formulación financiera	62
Presupuesto mensual Honorarios	62
Obligaciones Laborales	62
Equipo de Oficina	63
Equipo de producción	64
Presupuesto de publicidad	64
Inventario GC Jardinería Integral	65
Presupuesto inicial	65
Presupuesto Anual	66
Balance general de la empresa Gc Jardinería Integral	67
Punto de equilibrio	68
Conclusiones	69
Bibliografía	70

Tabla de Figuras

Figura 1 Diamante	12
Figura 2 Jardineros Ltda	12
Figura 3 Parque Real Paisajismo Y Jardinería SAS	13
Figura 4 Botanik	14
Figura 5 Jardinería integral	14
Figura 6 Tipos de clientes	20
Figura 7 1). ¿Qué beneficios se adquieren al contar con espacios verdes en su lugar de residencia y trabajo?	39
Figura 8 2). ¿Cuándo solicita servicio de jardinería lo requiere para?	40
Figura 9 3). ¿Si requiere servicios de jardinería a quien seleccionaría?	40
Figura 10 4). ¿Qué días de la semana serian adecuados para realizar el servicio de jardinería?	41
Figura 11 Logo y membrete	43
Figura 12 Formato de cuentas de cobro	44
Figura 13 Formato de cotización	45
Figura 14 Modelo Canvas	48
Figura 15 Organigrama de la Empresa GC Jardinería Integral	49
Figura 16 Nicho de mercado.	50
Figura 17 Las 4 C	51
Figura 18 las 4 P	51
Figura 19 Consulta en Google Trends	53
Figura 20 Regiones con mayor interés.	53
Figura 21 Regiones con mayor interés. (2)	54

Figura 22 Regiones con menor interés	54
Figura 23 Temas relacionados a la palabra jardinería	55
Figura 24 Temas relacionados a la palabra jardinería (2)	55
Figura 25 LinkedIn.....	60
Figura 26 Correo electrónico.....	60
Figura 27 Tarjetas de presentación.....	61
Figura 28 Jardineros Ltda.....	62
Figura 29 Parque Real Paisajismo Y Jardinería SAS	63
Figura 30 Jardinería integral.....	63

Tabla de tablas

Tabla 1 Modelo de plan de negocio	17
Tabla 2 La estrategia del océano rojo frente a la estrategia del océano azul.....	22
Tabla 3 Servicios ofrecidos.....	46
Tabla 4 Cronograma.....	49
Tabla 5 Portafolio de servicios y productos	52
Tabla 6 FODA.....	57
Tabla 7 Cruce matriz FODA	58
Tabla 8 Estudio técnico de producción.....	61
Tabla 9 Tablas de precios.....	62
Tabla 10 Presupuesto mensual Honorarios	62
Tabla 11 Obligaciones Laborales	63
Tabla 12 Equipo de Oficina.....	63
Tabla 13 Equipo de producción.....	64
Tabla 14 Presupuesto de publicidad.....	64
Tabla 15 Inventario GC Jardinería Integral.....	65
Tabla 16 Presupuesto inicial.....	66
Tabla 17 Presupuesto Anual.....	66
Tabla 18 Balance general de la empresa Gc Jardinería Integral.....	67
Tabla 19 Punto de equilibrio	68

Línea de investigación

Desarrollo económico y calidad de vida, se soporta sobre 4 componentes que son: filosofía, matemático, económico y social estos a su vez se encuentran en función ética y solidaria en la justicia, la libertad, la igualdad, la democracia, el bienestar, la productividad y la competencia (Universidad la Gran Colombia, 2018). Con base en lo anterior el plan de negocio de la empresa GC Jardinería Integral E.U, ejerce en su actividad los cuatro componentes de esta línea de investigación, en aspectos matemáticos permite realizar cálculos que informan sobre los estados financieros, conforme a la parte económica permite contemplar el entorno interno y externo al cual se está expuesto y socialmente porque contribuye con el desarrollo de la comunidad por medio de ambientes más sanos y generación de empleo.

Título

Plan de negocio empresa GC jardinería integral

Definición

La implementación de jardines horizontales y verticales se ha considerado una innovación que ha permitido la integración arquitectónica y vegetal en los conjuntos residenciales, edificios empresariales, apartamentos, casas, bodegas y parques tecnológicos. Generando una cultura ambiental y espacios de esparcimiento, permitiendo que las personas puedan integrarse y convivir con una parte de la naturaleza en los lugares donde viven o laboran, logrando de esta manera disminuir los niveles de ansiedad y estrés a los cuales se ven expuestos en el diario vivir.

Actualmente Bogotá D.C ha venido cambiando su infraestructura y es común ver que ciertas partes de la ciudad presentan construcciones urbanas dejando a un lado las zonas verdes que antiguamente se tenían, hoy en día si se busca un lugar donde la naturaleza tenga lugar; es fácil decir que existen parques ubicados en ciertas zonas de la ciudad a los cuales las personas pueden asistir y disfrutar de espacios al aire libre. Pero, aun así, se anhela zonas verdes donde niños, jóvenes y adultos tengan la posibilidad de tener la naturaleza consigo.

La creación del plan negocio; se enfoca en la empresa Gc Jardinería Integral, fundada por Gabriel Cáceres Comba desde el año de 1993, experta en el diseño de interiores y exteriores,

ajustado a su servicio de jardinería y en la venta e instalación de complementos, ofreciendo todos los servicios, productos y complementos necesarios para la decoración de jardines, terrazas, espacios públicos dónde se quieran aplicar principios de sostenibilidad y respeto con el medio ambiente.

Los servicios que ofrece Gc Jardinería Integral, se dividen en el mantenimiento de jardines y zonas verdes, decoración y diseño de jardines, arqueo, poda y tala de árboles, fuentes y cascadas, jardines verticales, impermeabilizaciones en jardineras, azoteas y terrazas, venta de arbustos y plantas ornamentales de exterior e interior, materas y fumigación contra toda clase de plagas.

La empresa está ubicada en la ciudad de Bogotá D.C, localidad de ciudad bolívar barrio Arborizadora Alta, con el fin de ofrecer sus servicios a conjuntos residenciales, edificios empresariales, apartamentos, casas, bodegas y parques tecnológicos. Aplicando de esta manera todos sus conocimientos en la prestación de servicios de jardinería y venta de productos referentes a esta labor, ofreciendo de esta manera a los clientes una nueva forma de hacer ecosistema en de manera horizontal y vertical.

Después de realizar un análisis, se logra identificar una serie de falencias, las cuales por falta de conocimiento o disposición han evitado que la empresa pueda aumentar sus contratos, alianzas, posicionamiento y rentabilidad. Hay que tener en cuenta que la empresa no cuenta con una planeación estratégica, pues no hay registro de la misión, visión, objetivos, estrategias, metas, etc. y además no existe la estructura corporativa ya que el representante legal es el encargado de realizar todas las funciones a su vez; gerente, auditor, comprador, vendedor y trabajador. Lo que evita la adquisición de personal con el perfil requerido para cumplir con las funciones que se requieren y utilidades en el servicio y productos ofrecidos.

Gc Jardinería Integral después de 24 años en el mercado carece de parámetros que permitan su crecimiento, por esta razón se busca implementar de manera significativa en la estructura administrativa y gerencial de la empresa por medio de alianzas y ventas las cuales permitan obtener utilidades. La empresa se ha sostenido en el mercado y su reconocimiento se da gracias a los servicios y productos realizados, pero aún falta incorporar en su estructura organizacional principios, procesos y procedimientos a seguir para que en el transcurso del tiempo la empresa pueda ser manejada por las futuras generaciones de la familia Cáceres.

Cuando una empresa familiar no estipula una estructura organizacional clara desde el momento en el que se crea es difícil que hijos puedan continuar con el legado, puesto que el representante legal es el único que conoce los movimientos, lo cual causaría la liquidación automática de la empresa a falta del conocimiento que solo se encuentra en la mente del representante legal.

Justificación.

En el campo de la jardinería existen actualmente varias empresas dedicadas a esta actividad, como idea principal se considera la implementación de un plan de mejoramiento para la empresa Gc Jardinería Integral, pero en el transcurso de la investigación, los resultados obtenidos arrojaron que la empresa presenta falencias que ponen en consideración el plan de mejoramiento, dado que son varios años que la empresa se encuentran en el mercado, pero la parte administrativa no cuenta con bases que permitan un óptimo crecimiento en el mercado.

La empresa requiere de un liderazgo administrativo y para ello se ajusta la idea de plan de negocio, la cual abarca el proyecto que se llevara a cabo en el transcurso de esta especialización en gerencia, pues permite crear las bases administrativas y gerenciales que no han estado estipuladas en el transcurso de su funcionamiento. Gc Jardinería Integral presenta ciertas fortalezas y debilidades que la ponen en desventaja referente a la competencia, por esta razón como primera medida se realiza un análisis FODA se logra determinar las fortalezas de la empresa; obteniendo como resultado las siguientes apreciaciones: cuenta con personal capacitado para realizar sus labores, la experiencia le ha permitido tener un reconocimiento amplio en el sector de la jardinería, los insumos utilizados para el diseño de jardines son de calidad de igual manera los servicios que ofrece como mantenimiento, impermeabilizantes, etc. Las debilidades que presenta actualmente radican en la estructuración administrativa, dado que no cuenta con conocimientos y su labor se ha realizado de manera empírica ante el mercado.

De acuerdo con lo anterior, el principal propósito de este plan de negocio es minimizar en gran medida las falencias que presenta la empresa, ya que es muy difícil encontrar empresas que hoy en día permanezcan activas sin haber implementado una planeación estratégica desde el inicio

de su actividad. La Revista Dinero emite una publicación en la cual informa a sus lectores sobre uno de los estudios realizado por la Cámara de Comercio de Bogotá, la cual estiman que después de un año, el 55% de las empresas sobreviven y solo un 23% logra cruzar el umbral de los 3 años. (Sanchez Trujillo, 2016)

Se resaltar el esfuerzo y dedicación de la empresa, fundador y empleados , pero hay que evaluar y mitigar las falencias y errores que se están cometiendo pues las oportunidades que se lograrían obtener, permitirían que la empresa tenga ubicación a nivel local y regional, además de un incremento en sus utilidades por el aumento de clientes; ya que en el momento existe una mínima participación al no contar con una planeación estratégica y fuerza en ventas; lo cual está ocasionando una desorientación, puesto que no existe tácticas para crear estrategias ni metas, además no existe ningún tipo de cumplimiento, lo que afecta de manera parcial el sostenimiento de la empresa pues la competencia está adquiriendo más participación en el mercado.

Desde el momento de generar la constitución de la empresa solo se pensó a nivel de prestación de servicio relacionado a la jardinería y se omitió el crecimiento que esta tendría en el mercado a raíz del reconocimiento por parte de servicios y productos ofrecidos, lo cual al día de hoy pone al representante legal entre la decisión de permanecer en el mercado y capacitarse para fortalecer la empresa, buscar el personal calificado para su administración o tomar la opción de cerrar; ya que solo él es el único que sabe el funcionamiento, contratos, licitaciones, convenios, proveedores, procedimientos, etc. Los cuales se están llevando a cabo.

Conforme a lo anterior se busca ofrecer a Gc Jardinería Integral una planeación estratégica, análisis de mercado, estructura organizacional, estudio técnico de los servicios y productos y un estudio que permita verificar la rentabilidad de la empresa. Aunque el representante legal conozca de antemano la labor de la empresa, hay que dejar por escrito el funcionamiento con fines normativos y nuevos dueños, con el propósito de entender y comprender los procesos que se llevan a cabo y las directrices para obtener un crecimiento en las utilidades y posicionamiento en el mercado.

Objetivos

Objetivo general

- Presentar el plan de negocio de la empresa GC Jardinería Integral E.U en la ciudad de Bogotá.

Objetivos específicos

- Formular el estudio administrativo para la empresa GC Jardinería Integral E.U
- Identificar el mercado objetivo de la empresa GC Jardinería Integral E.U
- Discriminar el estudio técnico de los servicios y productos ofrecidos.
- Detallar la formulación financiera para la contabilidad de la empresa GC Jardinería Integral E.U.

Antecedentes

Con el paso de los años las personas han querido mejorar el ambiente en el cual se encuentran en el transcurso del día y que mejor opción que incluir dentro de sus hogares o lugares de trabajo plantas que permitan mejorar la calidad de vida.

Las empresas enfocadas en la labor de jardinería han permitido que las personas puedan disfrutar de zonas verdes en viviendas, edificios empresariales, zonas abiertas, etc. A raíz de los beneficios que trae consigo la implementación de jardines y las plantas ornamentales, surge la idea de crear la empresa GC Jardinería Integral, enfocada en el diseño y decoración de interiores y exteriores, mantenimientos de jardines, zonas verdes, jardines verticales, arqueo, poda y tala de árboles, venta de arbustos y plantas ornamentales de exterior e interior, materas de barro, plásticas y madera, diseño y creación de fuentes, cascadas, fumigaciones contra toda clase de plagas e impermeabilizaciones en jardineras, azoteas y terrazas.

Transmitida la idea de crear el plan de negocio enfocado en la jardinería integral y validando su rentabilidad en el mercado, se encontraron empresas como:

Competidores indirectos

La empresa Diamante, fundada en el año de 1955 en la ciudad de Cali. Esta empresa muy reconocida en Colombia ha incluido dentro de su portafolio de servicios complementarios el mantenimiento de jardines y zonas verdes, aunque se ha caracterizado por ser una empresa de servicios integrales de limpieza durante más de 60 años, utilizo este servicio como complemento para los clientes que pertenecen a su mercado objetivo, buscado acaparar una mayor participación en el servicio y ofrecer un mayor cubrimiento en las posibles necesidades que el cliente pueda requerir. (Diamante, 2016)

Figura 1 Diamante

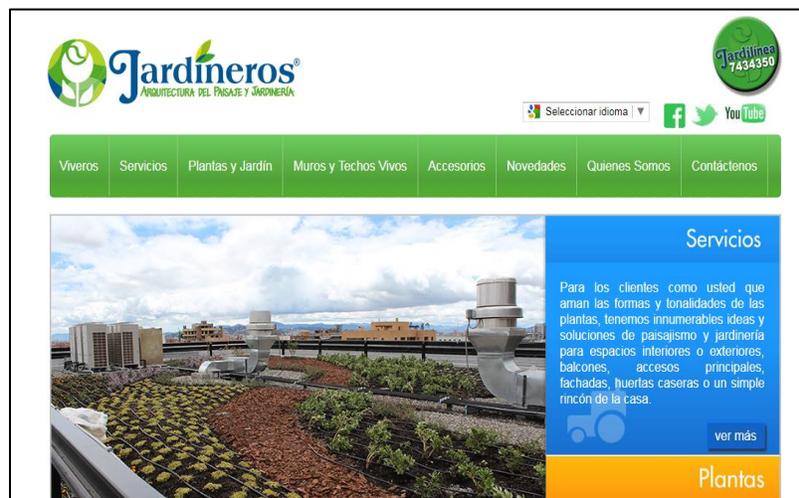


(Diamante, 2016)

Competidores directos

Jardineros Ltda., constituida desde el año de 1978 en Bogotá-Colombia que está posicionada como una empresa líder en la producción y comercialización de plantas ornamentales, el diseño de jardines, la ejecución de proyectos paisajísticos, y el mantenimiento general de áreas verdes. (Jardineros Ltda, 2017), el crecimiento que ha tenido la empresa nos ha permitido establecer un enfoque de visión, orientados a crear, implementar y desarrollar nuevos procesos y servicios para ofrecer a nuestro segmento de mercado.

Figura 2 Jardineros Ltda.



(Jardineros Ltda, 2017)

La empresa parque real paisajismo y jardinería SAS, es otro referente que se tomó con el fin de analizar los servicios y productos que ofrecen actualmente en el mercado de la jardinería y fue fácil identificar que al igual que la empresa Jardineros Ltda., el portafolio es muy similar ya que ofrecen servicios de mantenimiento de jardines, mantenimiento de zonas verdes, diseño de jardines, suministro de plantas y árboles, sistemas de riego, paisajismo y jardinería, muros y cubiertas verdes y venta de materas. (Parque Real Paisajismo y Jardineria SAS, 2017).

Figura 3 Parque Real Paisajismo Y Jardinería SAS



(Parque Real Paisajismo y Jardineria SAS, 2017)

Así mismo, Botanik es uno más de nuestros referentes en la consolidación de ideas y estrategias para el plan de negocio que se desea realizar, al visitar su pág. web e identificar los servicios que ofrecen siguen siendo muy similares a los que ofrecen las empresas anteriormente mencionadas jardinería, paisajismo, jardín vertical, riego automatizado y mantenimiento. (Botanik, 2017)

Figura 4 Botanik



(Botanik, 2017)

La empresa Jardinería integral, ofrecen servicios como Proyectos de jardinería, diseño de jardines, construcción de jardines, reforma de jardines, recuperación de taludes, instalación de sistemas de riego, áticos y terrazas, césped artificial, jardines verticales y tratamientos fitosanitarios. (Empresa Jardineria Integral, 2017)

Figura 5 Jardinería integral



(Empresa Jardineria Integral, 2017)

Competidores informales

En la actualidad existen un número creciente de personas que se dedican a la jardinería sin registro alguno ante la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), los cuales realizan su labor sin ningún tipo de seguimiento y cumplimiento normativo. De acuerdo con los parámetros establecidos por la Cámara de Comercio en el proceso de registro para la creación de empresa natural; los documentos requeridos son: original del documento de identidad, formulario del registro único tributario (RUT); este formulario se encuentra disponibles en las sedes de la CCB, formulario de registro único empresarial y social (RUES), carátula única empresarial y anexos, según corresponda (Persona Natural), formulario de registro con otras entidades. (Cámara de comercio de Bogotá, 2017).

Este tipo de competidores, han generado inconformidades a empresas legalmente constituidas y aunque según el reporte emitido por el Dane, la cifra de informalidad en el país es la más baja de la última década, las ciudades que registraron la menor proporción de ocupados informales en el trimestre fueron Manizales con 40,1 %, Medellín con 42,3 % y Bogotá D.C. con 43,7 % (Portafolio, 2017). La competencia es un poco dura, pues se compite con precios; aunque vale la pena resaltar la calidad del servicio y productos ofrecidos por parte de una empresa constituida.

Dada la investigación realizada, se logró identificar que a pesar de que las empresas de jardinería consultadas anteriormente, presentan un portafolio de servicio muy similar, tienen posicionamiento y experiencias que les permite ser líderes en el mercado de la jardinería, gracias a sus diseños, tipos de plantas, materas y servicio ofrecido; las establecen como una ventajas competitivas ante las demás, puesto que si existe un buen servicio, el diseño es innovador, las plantas son acordes al lugar, materas poseen un buen diseño y durabilidad, los clientes se sentirán satisfechos de adquirir los servicios ofrecidos por la empresa. Cada día a raíz de la falta de oportunidades incrementa la informalidad en Colombia y es complicado conocer con exactitud cuál es el número exacto de informalidad en la jardinería y la denigración dado a los precios expuestos, los insumos utilizados, etc. Los cuales los puede llevar a obtener ventaja competitiva.

No es solo un servicio y/o producto, es vender un ambiente sano libre de contaminación que permita oxigenar el ambiente en el cual se encuentra ubicado el jardín y por esta razón la empresa GC Jardinería integral, busca fomentar estos beneficios y proponer ideas de mejoramiento para la zona que se va a trabajar; un ejemplo de ello es un jardín vertical acompañado de una fuentes o cascadas, impermeabilización , plantas ornamentales de colores y estilos llamativos; pues existe opciones muy grandes al momento de escoger una planta, pero solo la experiencia y el corazón de un jardinero permitirá escoger la planta adecuada para el jardín deseado.

Marco teórico

Cuando se hace referencia a los aportes que realiza la gerencia en un plan de negocio, vale la pena aclarar diferentes conceptos que emiten los autores relacionados en el campo de la administración, gerencia, mercado, ventas, etc.

¿Qué es un plan de negocio?

Según Jack Fleitman, se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa. Así como la guía que facilita la creación o el crecimiento de una empresa. (Fleitman, 2000).

Para Lambing y Kuehl, un plan de negocio es un documento amplio que ayuda al empresario a analizar el mercado y planear la estrategia del negocio. Si es preparado por una empresa existente sirve para asegurarse de que el crecimiento futuro se maneje adecuadamente; si es para un negocio nuevo, ayuda a evitar errores costosos. (Lambing & Kuehl, 1998).

Dentro del plan de negocio que definen los autores, cabe resaltar la similitud que existen ciertos modelos de plan de negocio que permiten identificar.

Tabla 1 Modelo de plan de negocio



(Fleitman, 2000)

También se puede entender como plan de negocio la elaboración, evolución y puesta en marcha de un proyecto de inversión, el cual se contemplan conceptos que van enfocados en la elaboración de un documento escrito que contenga la información que se amerite, lo importante es no perder el enfoque principal del proyecto de inversión. Lo que conlleva a tener una idea clara del proyecto de inversión que se va a realizar, dado que se organizaran las ideas de una manera más sencilla y fácil de realizar (Flórez Uribe, 2012).

El autor Juan A. Flórez Uribe, revela que en el momento de llevar a cabo un proyecto de inversión los empresarios deben resolver ciertas preguntas:

- ¿Puede describir los beneficios únicos de sus productos o servicios?
- ¿Tiene información escrita, folletos, diagramas, fotografías, comunicados de prensa y otra documentación sobre sus productos o servicios?
- ¿Cuáles fueron las razones que le llevaron a desarrollar su producto o servicio?
- ¿Cuál es su mercado potencial?
- ¿Cuáles con sus paneles de publicidad y promoción?
- Estas y más preguntas deben ser cuestionadas en el momento de la elaboración y evolución de un proyecto de inversión. (Flórez Uribe, 2012)

Finalmente se puede concluir que un plan de negocio es aquel que reúne en un documento toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha. Presentar este plan es fundamental para buscar financiamiento, socios o inversionistas, y sirve como guía para quienes están al frente de la empresa. (Mullin, Kotler, & Stanton, 1981)

Modelo Canvas

Creado por Alexander Osterwalder en el año 2010, permite crear un sistema visual accesible, legible y comprensible para todos gracias a su procedimiento no lineal. Este lienzo es un soporte con el que los emprendedores piensan y construyen su modelo económico en una única página. (Osterwalder, 2010).

Las nueve casillas de la herramienta:

- Las actividades clave
- Los socios clave
- El recurso clave
- El segmento de mercado o de clientes
- Los canales de comunicación
- La relación con los clientes
- El producto o propuesta de valor
- La estructura de los costos
- Las fuentes de ingresos

¿Qué es una empresa unipersonal?

Conforme a la definición legal, mediante la empresa unipersonal una persona natural o jurídica que reúna las calidades requeridas para ejercer el comercio, podrá destinar parte de sus activos para la realización de una o varias actividades de carácter mercantil.

La empresa unipersonal, una vez inscrita en el registro mercantil, forma una persona jurídica. (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2018)

¿Qué es un estudio de mercado?

Antes de responder a la pregunta vale la pena aclarar que es mercado, se define como el sitio donde convergen las fuerzas de la oferta y la demanda de un producto o servicio. Cada empresa debe determinar su mercado al cual va dirigido su oferta, teniendo en cuenta ubicación, geografía, tamaño de mercado (en unidades y en unidad monetaria), porcentaje de crecimiento anual del mercado, competencia, segmentación y orden cronológico en el que se encuentra en el mercado. (Flórez Uribe, 2012)

Para Kotler, Bloom y Hayes un estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización. (Philip, Paul N., & Hayes, 2002).

Según Malhotra, describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor. (Malhotra, 2008).

Juan Antonio Flórez Uribe indica que en un estudio de mercado es importante recolectar información de fuentes primarias y secundarias acorde el caso. Las fuentes secundarias son aquellas que ya existen y son fáciles de adquirir o consultar como lo son las revistas especializadas, periódicos, bases de datos, etc. Las fuentes primarias se obtienen directamente con la fuente y tienen un mayor grado de confiabilidad.

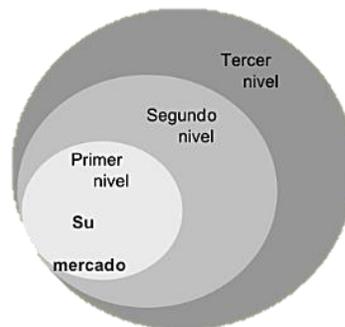
Para el caso de plan de negocios es indispensable realizar un estudio de mercado, pues permite determinar con exactitud el nicho de mercado al cual se le va a ofertar. Este estudio permite conocer el mercado objetivo de una empresa, se analizan aspectos como requerimientos del consumidor, perfil del consumidor, canales de distribución, estrategia de producto o servicio, precio, etc. permitiendo a la empresa llegar de manera más directa al consumidor, básicamente se realizaría una lluvia de ideas que permitan cautivar de manera inmediata al cliente y convertirlo en un comprador potencial de producto o servicio que estoy ofreciendo.

¿Qué es un cliente?

Pueden ser personas naturales o jurídicamente constituidas, las cuales adquieren los productos o servicios ofrecidos por la empresa. (Flórez Uribe, 2012).

Las cuales presentan una necesidad o deseo y el producto o servicio que estamos ofertando las satisfacen. El libro la estrategia del océano azul indica en su capítulo 5 que se debe ir más allá de la demanda existente por esta razón explica que existen tres tipos de no clientes. (Chan Kim & Mauborgne, 2008)

Figura 6 Tipos de clientes



(Chan Kim & Mauborgne, 2008)

- **Primer cliente:** el más cercano al mercado, compra lo que necesita en cantidades mínimas y por necesidad, pero no es considerado cliente de la industria.
- **Segundo cliente:** compradores que buscan una alternativa para satisfacer sus necesidades, pero que ha optado por no reunir.
- **Tercer cliente:** cliente que jamás ha contemplado como alternativa lo que su mercado ofrece.

De acuerdo con lo anterior lo que se busca es disminuir estos no clientes, dado que su expectativa no aplica para el segmento de mercado al cual se ingresará, lamentablemente este tipo de clientes se debe identificar y buscar las herramientas necesarias para atraerlos con los productos o servicios que buscan en el mercado.

- ¿Cuál es la diferencia entre cliente y consumidor?

- El cliente es aquel que adquiere el producto o servicio de manera esporádica, por otro lado el consumidor es aquel que se encuentra motivado por el producto o servicio ofrecido y busca obtenerlo sin importar la oferta y la demanda. (Flórez Uribe, 2012)
- El consumidor es aquel que adquiere el producto o servicio de manera más constante.

¿Qué es la competencia?

En el plan de negocios es importante saber cuáles son las empresas que ofertan el mismo producto o servicio. Algunas empresas pueden no ser mi competencia directa, dado que sus productos son complementarios a los cuales la empresa ofrece.

Según Juan Antonio Flórez Uribe, algunos comportamientos a considerar sobre la competencia pueden ser: identificar los competidores directos e indirectos más importantes, cuál es su participación en el mercado, que zonas geográficas están atendiendo, cuáles son sus fortalezas y debilidades, cuáles son las estrategias comerciales que están aplicando con éxito, que tipo de inversión están realizando en cuanto a publicidad u otros medios de mercadeo, conocer las estrategias que están utilizando en el manejo de los precios, cuáles son los canales de distribución que están utilizando con mucho éxito. (Flórez Uribe, 2012).

Básicamente lo que se busca es conocer la competencia con el fin de identificar los fortalezas y debilidades que presentan tal vez se pueda competir con ellos en una guerra de océanos rojos o crear una diferenciación que permita a la empresa ingresar en océano azul y cautivan de esta manera un nuevo mercado, dejando a un lado la competencia y conformar una lista seguidores.

El libro la estrategia del océano azul indica que este es un desafío para que las compañías abandonen el sangriento océano de la competencia y creen espacios seguros en el mercado. (Chan Kim & Mauborgne, 2008)

Tabla 2 La estrategia del océano rojo frente a la estrategia del océano azul.

Estrategia del océano rojo	Estrategia del océano azul
Competir en el espacio existente del mercado	Crear un espacio sin competencia en el mercado
Vencer a la competencia	Hacer que la competencia pierda toda la importancia
Explotar la demanda existente en el mercado	Crear y capturar nueva demanda
Elegir entre la disyuntiva de valor o costo	Romper la disyuntiva de valor o costo
Alinear todo el sistema de las actividades de una empresa con la decisión estratégica de la diferenciación o del bajo costo	Alinear todo el sistema de las actividades de una empresa con el propósito de lograr una diferencia y bajo costo.

(Chan Kim & Mauborgne, 2008)

¿Qué es mercado meta?

Kotler y Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", consideran que un mercado meta consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir. (Koter & Armstrong, 2012).

Stanton, Etzel y Walker, autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen el mercado meta como el segmento de mercado al que una empresa dirige su programa de marketing. Otra definición de los mismos autores dice que "un segmento de mercado (personas u organizaciones) para el que el vendedor diseña una mezcla de mercadotecnia es un mercado meta. (William J., Etzel , & Walker , 2004).

Todas las organizaciones deben saber cuál es o va a ser su mercado objetivo, dado que son las personas que van adquirir el producto o servicio, para realizar un identificación precisas se debe tener en cuenta el perfil que tiene el comprador potencial, por ejemplo: ubicación geográfica, ingresos, sexo, preferencia sexual, edad, región, nivel educativo, tipo de cultura, estrato, gustos, hábitos de consumo, frecuencia de compra, etc. Este tipo de perfil es definición por la empresa en

su plan de negocio. Puesto que son ellos quienes presentan una necesidad o deseo y el producto o servicio a ofertar los va a satisfacer.

¿Qué es Marketing?

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, es una filosofía de dirección de marketing según la cual el logro de las metas de la organización depende de la determinación de las necesidades y deseos de los mercados meta y de la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficiente que los competidores. (Koter & Armstrong, 2012).

Por su parte, Stanton, Etzel y Walker, explican que hace hincapié en la orientación del cliente y en la coordinación de las actividades de marketing para alcanzar los objetivos de desempeño de la organización, basándose en 3 ideas; toda la planeación y las operaciones deben orientarse al cliente, todas las actividades de marketing de una organización deben coordinarse y el marketing coordinado, orientado al cliente, es esencial para lograr los objetivos de desempeño de la organización. (William J., Etzel , & Walker , 2004).

Lo que le permite a una empresa tener un direccionamiento fijo de los objetivos y metas a cumplir referente a las necesidades de los clientes, básicamente es tener la idea de cómo se va a ofrecer el producto o servicio en el mercado y las herramientas necesarias para cautivar al posible comprador partiendo de los resultados obtenidos en el estudio de mercado.

El Marketing va enfocado a la promoción de ventas en la que se definen objetivos básicos, selección de herramientas a utilizar y evaluación de los resultados que se desean alcanzar. Para lograr el cumplimiento de los objetivos que el marketing se debe tener en cuenta:

- Analizar al cliente o consumidor
- Interactuar con el cliente o consumidor
- Realizar el ejercicio de la venta.

Es por esta razón que el marketing se considera una función organizacional y un conjunto de procesos para crear, comunicar, entregar valor a los clientes y administrar las relaciones con los clientes de manera que beneficien a la organización y accionistas. (Galindo Ruiz, 2011)

El autor Juan Antonio Flórez Uribe revela en su libro plan de negocios, la existencia de algunos tipos de promoción a desarrollar como lo son:

- Promoción al consumidor: busca estimular el consumo por parte de los consumidores de los productos o servicios que se ofertan. Se pueden realizar campañas de muestras gratis, cupones, descuentos o rebajas, exhibiciones, concursos, rifas y juegos en los puntos de venta.
- Promoción comercial: busca conseguir el apoyo de los canales de distribución realizando mejores esfuerzos por vender.
- Promoción para la fuerza de venta: motivar a la fuerza de ventas con el propósito de cumplir con los objetivos propuestos.

¿Qué es servicio?

Stanton, Etzel y Walker, lo definen como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades. (William J., Etzel , & Walker , 2004)

Para Richard L. Sandhusen, son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo. (Sandhusen L, 2002)

La actividad principal de la empresa GC Jardinería Integral es ofrecer a sus clientes servicios de jardinería, partiendo de los argumentos de los autores anteriormente mencionados cabe resaltar que el propósito está en ofrecer un servicio que permita satisfacer a los clientes, por medio de los resultados obtenidos de las actividades contratadas y realizadas.

El tipo de venta que se realizaría al mercado meta de GC Jardinería Integral, serían las ventas personales, las cuales tienen como fin ofrecer de manera directa el producto al consumidor, ofreciendo de esta manera el portafolio de servicios e indicando los procedimientos a realizar durante la contratación.

¿Qué es Google Trends?

Es una herramienta de acceso libre y gratuito brindada por Google, permitir comparar la popularidad de búsqueda de varias palabras o frases; de esta manera se conocerá el nivel de búsqueda de un determinado término (keyword) durante un período de tiempo determinado, permitiéndote identificar las variaciones en las búsquedas en valores relativos basados en una escala de 0 a 100, donde 100 representa el punto más alto en niveles de búsquedas realizadas respecto a un término o palabra clave. (Escuela de negocios y dirección, 2014).

Los resultados son emitidos en gráficos y mapas de calor global, los cuales permiten identificar las diferentes regiones de cada país o la lista de palabras relacionadas con el término buscado. (Escuela de negocios y dirección, 2014).

La economía de la atención del siglo XXI, ha presentado diferentes cambios dado que el cliente se comporta de manera muy diferente al estar en, Facebook, Twitter o LinkedIn. Internet está alimentando el conocimiento del ser humano, pues cada pregunta es resuelta con inmediatez y al momento de tomar una decisión de compra se determina por medio de opiniones realizadas por los compradores. (Carpinter, 2013) . Por esta razón las ventas online se han incrementado constantemente y algunas empresas deciden pautar más por internet.

La revista dinero indica que las transacciones por internet representan en Colombia 2,6% del PIB, lo que ha puesto los ojos de todo el mundo sobre el comercio electrónico, donde podría estar el futuro del comercio minorista. Las ventas han tenido un incremento del 18% en relación con el año 2014, cuando las ventas llegaron a US\$2.620 millones. (Revista Dinero, 2016).

¿Punto de equilibrio?

Existe punto de equilibrio cuando los ingresos totales son iguales a los costos y gastos de una empresa. Lo que indica que no existe pérdidas ni ganancia, dado que es un estado neutro. (Galindo Ruiz, 2011)

Las empresas pueden presentar los siguientes escenarios:

- a) Pérdidas, cuando los costos y gastos son mayores a los ingresos de la empresa.
- b) Punto de equilibrio, cuando los costos y los gastos, son iguales a los ingresos de la empresa.
- c) Utilidades, cuando los ingresos son mayores a los costos y gastos de la empresa.

¿Qué es un estado financiero?

Refleja la situación económica y financiera del proyecto, la información permite evaluar la inversión realizada por los socios donde se puede reflejar la rentabilidad a corto, mediano y largo plazo. Si refleja pérdidas es necesario realizar los ajustes respectivos. (Galindo Ruiz, 2011)

¿Qué es la jardinería?

Se define en tres bloques; como actividades principales tenemos la creación de espacios verdes y restauraciones paisajísticas, la conservación de espacios verdes y las repoblaciones forestales y los tratamientos selvícolas, dentro de estas funciones se realizan actividades como la ejecución de parques y jardines públicos y zonas verdes, conservación de zonas verdes, recuperación ambiental para la respectiva corrección de impactos ambientales tales como las obras públicas ,etc. (Ros Orta, 2006).

Al incursionar en esta actividad encontramos varios productos que se requieren para su ejecución, dentro de los productos que se manejan en la jardinería tenemos las plantas ornamentales las cuales pueden ser cultivadas en diferentes lugares; pues poseen características similares a las flores, lo cual las convierte en elementos decorativos en una zona verde o jardín. Los arbustos son

otro tipo de productos que se utilizan en la jardinería; los cuales poseen una altura menor a 6 metros y generalmente ratifican cerca del suelo. (Méndez Pereira, 2010).

Además de las plantas que se utilizan en la elaboración de jardines o paisajismos tenemos las cascadas estas composiciones de naturaleza paisajista son un complemento que permite la intervención de muchos elementos decorativos como piedras, plantas, el agua en movimiento, la iluminación nocturna y vida acuática etc. Es una sucesión de pequeños saltos o caídas de agua, desde cierta altura. (Álvarez, 2007). Las fuentes también otro tipo de agregación que se puede utilizar en un proyecto de decoración, estas van acorde al lugar donde se realizara el diseño y los materiales son más variados a diferencia de la cascada la cual se puede fabricar con solo piedra, mientras que las fuentes son con materiales más compactos o de diseños llamativos.

Con el paso de los años el diseño de los jardines ha venido cambiando y en la actualidad no solo encontramos jardines horizontales, si no también jardines verticales, quienes se diferencian porque son una cubierta de plantas de diversas especies que son cultivadas en una estructura especial dando la apariencia de ser un jardín pero en vertical, los beneficios que ha traído consigo este tipo de jardines ha permitido una habitación en espacios urbanos en desuso, un bajo consumo de agua por su sistema de riego, oxigenación en el lugar instalado, etc. (Paisajismo Urbano, 2017). Para que su desarrollo sea óptimo se requiere de una respectiva impermeabilización, la cual se realiza en la zona en donde se realizara el jardín, este procedimiento consiste en utilizar materiales rígidos como elásticos, lo cual evita que la cubierta se humedezca y/o cause falencias en la infraestructura de la zona trabajada (Terradas, 2005).

Para el respectivo crecimiento de las plantas se requiere de excelentes abonos orgánicos, dado las propiedades con las que cuenta este tipo de producto permitiría un aumento en la fertilidad, aumentan el poder tampón del suelo, y en consecuencia reducen las oscilaciones de pH de éste, favorecen la aireación y oxigenación del suelo, por lo que hay mayor actividad radicular y mayor actividad de los microorganismos aerobios, aumentan la retención de agua en el suelo, por lo que se absorbe más el agua cuando llueve o se riega, y retienen durante mucho tiempo, el agua en el suelo durante el verano (Cervantes Flores, 2017).

Además del abono que se requiere, las plantas necesitan de agua para vivir por esta razón se realizan instalaciones de riego por medio de mangueras y bombas de agua, alimentando de esta manera la tierra.

Durante la etapa de crecimiento del jardín es importante resaltar los cuidados que se deben tener y para ello vale la pena resaltar que se requiere de un mantenimiento mensual del jardín; este se realizara de manera que la tierra y la planta tenga un crecimiento optimo y no se quebrante el proceso de fertilidad que se tiene por medio de la tierra. Así como crecen las plantas, se puede presentar un incremento de plagas e insecto en la tierra o en las plantas para ellos la fumigación es una herramienta que se utiliza para desinfectar la zona, las personas destinadas a este procedimiento deben tener en cuenta ciertos conocimientos profundos sobre las propiedades de los fumigantes y ser adiestrados en el manejo seguro de estos. (Food and Agriculture Organization of the United Nations, H.A.U. Monro, 1980).

Con el paso de los años existen empresas que han querido vincularse a la prestación de este servicio y cada una de ellas presenta una definición referente a los servicios que realiza.

Para la empresa Jardineros Ltda. Indica que la jardinería es la mezcla de ornamentales, arbustos y árboles nativos con gravas, rocas texturas en piso, son una de las muchas opciones que se tienen para ambientar con un poco de naturaleza las oficinas modernas de hoy. (Jardineros Ltda, 2017). La empresa Parque Real contempla dentro de su concepto de jardinería el paisajismo, a lo que lo considera como a la integración de las distintas partes de un jardín, de esta forma lo hacen agradables estéticamente con el entorno, logrando de esta manera transformar las áreas y espacios con distintas clases de plantas, arboles gravas y demás opciones. (Parque Real Paisajismo y Jardineria SAS, 2017), otra empresa que explica el significado de jardinería es la empresa jardinería integral, según su definición; la Jardinería es la creación de un jardín vivo y vistoso, por ello siempre utilizamos materiales y productos de calidad. (Empresa Jardineria Integral, 2017).

Nuestra empresa GC Jardinería integral, definimos la jardinería como el diseñamos el entorno de su jardín, transformándolo en un espacio funcional, de relax y diversión, creando comodidad, personalidad y belleza. (GC Jardineria Integral, 2013)

De acuerdo con las definiciones anteriormente mencionadas y explicadas por las empresas de competencia directa que tenemos actualmente, considero que en conclusión tenemos la misma definición de jardinería, pero en diferentes palabras, pero básicamente es crear un diseño con plantas ornamentales, etc. elementos de decoración para un espacio donde se requiera de una zona verde, permitiendo a las personas disfrutar de un ambiente cómodo y sereno.

Como es conocido para los administradores la función de su labor es optimizar los recursos de la organización, para este caso los recursos que maneja la empresa GC Jardinería Integral son el personal, los materiales, el Know how, Good Will etc. A nivel gerencial el manejo que se llevaría a cabo, parte de los resultados obtenidos del administrador y con base en ellos se proceder a tomar las decisiones respectivas a fin de cumplir con los objetivos y estrategias propuestas por la empresa.

Papel de la gerencia en un plan de negocios

Un plan de negocios involucra una serie de tareas con un principio y un final delimitados por el tiempo, los cuales demandan una serie de recursos y produciendo uno resultados esperados, regidos por un presupuesto que limita el personal a cargo, suministros y dinero para terminar el plan de negocio. (Flórez Uribe, 2012).

Según Juan A. Flórez Uribe indica que existen cinco características importantes que los hacen diferentes de la mayor parte del trabajo ordinario, por ejemplo: un plan de negocios tiene un principio y un final definidos, los planes de negocio usan recursos (personas, tiempo, dinero) asignados de manera específica, los resultados finales tienen metas específicas de calidad y desempeño, los planes de negocios siguen un enfoque planeado, organizado, para cumplir con sus objetivos, un plan de negocio incluye un equipo de personas para que pueda realizarse. (Flórez Uribe, 2012)

Es decir, que un plan de negocios permite combinar métodos, técnicas y personas para llevar a cabo el plan en un tiempo determinado, presupuesto limitado y excelente calidad. Se debe tener en cuenta que el trabajo es operado y controlado por el personal asignado, no por los ejecutivos (Flórez Uribe, 2012).

Básicamente se estaría hablando de una estructura organizacional donde los trabajadores realizan sus funciones basados en los objetivos planteados en la planeación estratégica, cada uno de ellos entrega resultados a su jefe inmediato, los cuales informan a los directivos y estos a la presidencia. Todo plan de negocio tiene cinco fases, definidas por el Project Management Body of Knowledge (PMBOK, conjunto de conceptos de la gerencia de plan de negocios del Project Management Institute (PMI):

- Inicio: establecer las metas del plan de negocio y personal responsable.
- Planeación: definición de los recursos que se requieren, establecer un cronograma y estipular un presupuesto.
- Ejecución: coordinar y orientar a los integrantes del equipo con el propósito de realizar lo establecidos en el plan de negocios.
- Control: medir los avances obtenidos a fin de cumplir con los objetivos y evidenciar los errores reflejados estipulando alternativas que los mitigue y no afecte los resultados esperados.
- Conclusiones: esta es la parte final del plan de negocio. Hay que mantener a la gente participando en la conclusión del plan de negocio, aun cuando estos se encuentren en nuevas iniciativas.

En un plan de negocios, se espera que el administrador del plan de negocio sea también el líder del plan de negocio. El liderazgo debe ser demostrado a todos los niveles del plan de negocio. (Flórez Uribe, 2012).

Marco conceptual

Conforme a los servicios y productos que ofrece la empresa GC Jardinería Integral, existen términos que se deben conocer y entender, dado que su significado permitirá al lector conocer los términos que se manejan en la jardinería.

Abonar: aumentar la riqueza nutritiva de la tierra para el buen alimento de las plantas. (Plantas.lapipadelindio, 2008)

Corteza: parte del tallo, raíces o ramas de las plantas que rodea el cilindro central. (Plantas.lapipadelindio, 2008)

Fertilización: es el acto de agregar al suelo materiales externos para aumentar el contenido de nutrientes. Debido a que las plantas extraen minerales del suelo para su nutrición, el suelo se va agotando y necesita reponer los minerales que son extraídos. Hay tres tipos de fertilizantes: orgánicos, minerales y abonos verdes. Los orgánicos son residuos de cosechas o estiércoles de animales, bovinos, gallinas y otros. Los minerales son producidos en laboratorios o extraídos de materiales como roca fosfórica y otros, para luego ser mezclados, mientras que los abonos verdes son cultivos de plantas leguminosas, que se incorporan al suelo al momento de la floración que es cuando aportan la mayor cantidad de nitrógeno al suelo. (Brunner, 2014)

Fitoterapia: uso medicinal de las plantas. (Plantas.lapipadelindio, 2008)

Flor: conjunto de órganos de una planta que tiene una función relacionada con la reproducción comprende el perianto (cáliz y corola) el estambre y los pistilos. (Plantas.lapipadelindio, 2008)

PH: denominación de la escala que permite evaluar el grado de acidez o alcalinidad del suelo o del agua. (Plantas.lapipadelindio, 2008)

Plaga: es una población de organismos que, al crecer en forma descontrolada, causa daños económicos o transmite enfermedades a las plantas, a los animales o a la misma humanidad. Son ejemplos de plagas, el gusano barrenador, el picudo del algodónero, la roya del café, los roedores, etc. (Agroieta13, 2017)

Planeación estratégica: es un medio para evaluar el riesgo y tratar de mantener a la organización adaptada a la forma óptima, analizando constantemente los cambios del entorno y aprovechando al máximo los recursos internos disponibles, que confieren una ventaja frente a la competencia, aprovechándose del modo más efectivo las oportunidades. (Drucker, 1994)

Poda: acción de cortar las ramas de una planta con una finalidad específica. (Plantas.lapipadelindio, 2008)

Raíz: es una parte muy importante de la planta que tiene dos funciones principales: sujetar la planta al suelo y succionar el agua y las sales minerales. (Plantas.lapipadelindio, 2008)

Semilla: órgano reproductor de la planta derivado del óvulo fecundado y que contiene el embrión de la futura planta. (Plantas.lapipadelindio, 2008)

Tierra de jardín: es la llamada buena tierra fértil, rica en minerales, ni mojada, ni pegajosa, ni seca ni arenosa. (Plantas.lapipadelindio, 2008)

Ventaja competitiva: es el valor que una empresa es capaz de crear para sus clientes, en forma de precios menores que los de los competidores para beneficios equivalentes o por la previsión de productos diferenciados cuyos ingresos superan a los costes. El valor es la cantidad que los compradores están dispuestos a pagar por lo que la empresa les proporciona. (Porter , 1985).

Distingos competitivos: son aspectos que forman parte de la estrategia de la empresa, forma parte de los elementos comunes que existen en el mercado, pero a los que se les dará una atención especial, para que la empresa se distinga por poseerlos. Algunos de estos pueden ser: servicio posventa, sistema de distribución, garantías, etc. (Alcaraz Rodriguez, 2001)

Es así como este tipo de actividad realiza las funciones de la jardinería y posiblemente al momento de leer este documento no se tenía conocimiento de ciertas palabras, pero se procede a emitir una explicación coherente de acuerdo con el significado que algunos autores aportaron en el transcurso de los años. Adicionalmente las palabras anteriormente presentan vínculo con el proceso que se llevará a cabo en el plan de negocio de la empresa GC jardinería Integral

Marco jurídico

De acuerdo con la normatividad que rige en la Colombia, se identificó leyes y decretos a los cuales nos debemos regir como empresa de jardinería quienes no afectan nuestro funcionamiento.

Ley 222 de 1995, Artículo 72 Requisitos de formación.

La empresa unipersonal se creará mediante documento escrito en el cual se expresará:

- 1. Nombre, documento de identidad, domicilio y dirección del empresario.*
- 2. Denominación o razón social de la empresa, seguida de la expresión “empresa unipersonal”, o de su sigla E.U., so pena de que el empresario responda ilimitadamente.*
- 3. El domicilio.*
- 4. El término de duración, si éste no fuere indefinido.*
- 5. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la empresa podrá realizar cualquier acto lícito de comercio.*

6. *El monto del capital haciendo una descripción pormenorizada de los bienes aportados, con estimación de su valor. El empresario responderá por el valor asignado a los bienes en el documento constitutivo. Cuando los activos destinados a la empresa comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la empresa deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes. Conc.: art. 354.*
7. *El número de cuotas de igual valor nominal en que se dividirá el capital de la empresa.*
8. *La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. A falta de estipulaciones se entenderá que los administradores podrán adelantar todos los actos comprendidos dentro de las actividades previstas. Delegada totalmente la administración y mientras se mantenga dicha delegación, el empresario no podrá realizar actos y contratos a nombre de la empresa unipersonal.*

PAR.—*Las cámaras de comercio se abstendrán de inscribir el documento mediante el cual se constituya la empresa unipersonal, cuando se omita alguno de los requisitos previstos en este artículo o cuando a la diligencia de registro no concurra personalmente el constituyente o su representante o apoderado. Conforme a nuestro mercado objetivo identificamos que los edificios y conjuntos residenciales deben cumplir con la siguiente ley; que les obliga a tener zonas verdes de recreación y bienestar.*

Ley 675 de 2001

- Por medio de la cual se expide el régimen de propiedad horizontal.

Artículo 3º. *Definiciones. Reglamentado por el Decreto Nacional 1060 de 2009. Para los efectos de la presente ley se establecen las siguientes definiciones:*

Edificio: *Construcción de uno o varios pisos levantados sobre un lote o terreno, cuya estructura comprende un número plural de unidades independientes, aptas para ser usadas de acuerdo con su destino natural o convencional, además de áreas y servicios de uso y utilidad general. Una vez sometido al régimen de propiedad horizontal, se conforma por bienes privados o de dominio particular y por bienes comunes.*

Conjunto: *Desarrollo inmobiliario conformado por varios edificios levantados sobre uno o varios lotes de terreno, que comparten, áreas y servicios de uso y utilidad general, como vías internas, estacionamientos, zonas verdes, muros de cerramiento, porterías, entre otros. Puede conformarse también por varias unidades de vivienda, comercio o industria, estructuralmente independientes.*

Artículo 63. *Unidades Inmobiliarias Cerradas. Las Unidades Inmobiliarias Cerradas son conjuntos de edificios, casas y demás construcciones integradas arquitectónica y funcionalmente, que comparten elementos estructurales y constructivos, áreas comunes de circulación, recreación, reunión, instalaciones técnicas, zonas verdes y de disfrute visual; cuyos propietarios participan proporcionalmente en el pago de expensas comunes, tales como los servicios públicos comunitarios, vigilancia, mantenimiento y mejoras.*

Artículo 68. *Zonas verdes. Las Unidades Inmobiliarias Cerradas tendrán áreas libres engramadas y arborizadas destinadas al cuidado del medio ambiente, al ornato y a la recreación.*

Proyecto de acuerdo no. 114 de 2008

“Por medio del cual se establece la campaña por una Bogotá más verde, siembra un árbol”

Artículo 80. *El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos Naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución.*

Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados.

Así mismo, cooperará con otras naciones en la protección de los ecosistemas situados en las zonas fronterizas.

Ley 99 de 1993

Artículo 65. *Funciones de los Municipios, de los Distritos y del Distrito Capital de Santa Fè de Bogotá. Corresponde en materia ambiental a los municipios, y a los distritos con régimen constitucional especial, además de las funciones que le sean delegadas por la ley o de las que se le deleguen o transfieran a los alcaldes por el Ministerio del Medio Ambiente o por las Corporaciones Autónomas Regionales, las siguientes atribuciones especiales:*

- 1. Promover y ejecutar programas y políticas nacionales, regionales y sectoriales en relación con el medio ambiente y los recursos naturales renovables; elaborar los planes programas y proyectos regionales, departamentales y nacionales.*

4. *Participar en la elaboración de planes, programas y proyectos de desarrollo ambiental y de los recursos naturales renovables a nivel departamental.*

Decreto 948 de 1995

Artículo 1. *Contenido y objeto. El presente Decreto contiene el Reglamento de Protección y Control de la Calidad del Aire, de alcance general y aplicable en todo el territorio nacional, mediante el cual se establecen las normas y principios generales para la protección atmosférica, los mecanismos de prevención, control y atención de episodios por contaminación del aire, generada por fuentes contaminantes fijas y móviles, las directrices y competencias para la fijación de las normas de calidad del aire o niveles de inmisión, las normas básicas para la fijación de los estándares de emisión y descarga de contaminantes a la atmósfera, las de emisión de ruido y olores ofensivos, se regulan el otorgamiento de permisos de emisión, los instrumentos y medios de control y vigilancia, el régimen de sanciones por la comisión de infracciones y la participación ciudadana en el control de la contaminación atmosférica.*

(Alcaldía Mayor de Bogotá D.C, 1993)

Referente al servicio de corte de césped y poda de árboles o arbustos que se realiza por parte de la empresa GC Jardinería Integral

Decreto 2981 de 2013

- Artículo 42. Recolección de residuos de poda de árboles y corte de césped.
- Artículo 67. Actividad de corte de césped.
- Artículo 68. Frecuencias y horarios para la actividad de corte de césped.
- Artículo 69. Normas de seguridad para la actividad de corte de césped.
- Artículo 70. Normas de seguridad para el operario en la actividad de corte de césped.
- Artículo 71. Actividad de poda de árboles.

Asimismo, para el servicio de fumigación las empresas con este servicio se reglamenten de acuerdo con:

Decreto número 1843 de 1991

- Por el cual se reglamentan parcialmente los títulos III, V, VI, VII Y XI de la ley 09 de 1979, sobre uso y manejo de plaguicidas.

- Para el caso de jardines verticales la reglamentación actual es:

Resolución 01305 de 2013

- Artículo 4. Lugares autorizados para la instalación de jardines verticales en Bogotá, D.C
- Artículo 5. Dimensiones de los jardines verticales
- **Resolución 2400 de 1979.** Se crea el estatuto de seguridad industria
- **Resolución 2013 de 1986.** Creación y funcionamiento de comités paritarios de SG-SST.
- **Decreto 614 de 1984.** Se crean las bases para la organización de la SG-SST.
- **Resolución 2013 de 1986.** Establece la creación y funcionamiento de los comités de medicina, higiene y seguridad industrial en las empresas.
- **Resolución 1016 de 1989.** Establece el funcionamiento de los programas de SG-SST en las empresas.
- **Decreto 1295 de 1994.** Mediante el cual se determina la organización y administración del sistema general de riesgos profesionales.
- **Decreto 1530 de 1996.** Se define accidente de trabajo y enfermedad profesional con muerte del trabajador.

Ley 776 de 2002. Se dictan normas de organización, administración y prestación del sistema general de riesgos profesionales.

Resolución 1401 de 2007. Reglamenta la investigación de accidente e incidente de trabajo.

Resolución 2346 de 2007. Regula la práctica de evaluaciones médicas ocupacionales y el manejo y contenido de las historias clínicas ocupacionales.

Metodología

Determinación Diseño de la Investigación.

El presente plan de negocio se realizó por medio del diseño de investigación descriptivo, que nos permitirá observar el entorno, conocer, evaluar y analizar el mercado objetivo, competencia directa e informal, portafolio de servicios, innovaciones del sector, hábitos de los clientes, normatividad vigente que nos regule como empresa de jardinería y posibles restricciones que se tengan, este tipo de investigación hace referencia a dos tipos de conceptos cuantitativo; el cual generara una relación directa con una cantidad específica, pues las variables que se manejan serán

medibles y fáciles de interpretar y cualitativos que proveen una importante información que es precisa, ya que se adquiere de diferentes tipos de personas.

Determinación del Método para la Recopilación de Datos

Los datos utilizados para llevar a cabo esta investigación serán obtenidos por medio de dos tipos de fuentes de información primarias y secundarias:

Primarias: Se obtendrán información en conjuntos residenciales, edificios empresariales, apartamentos, casas, bodegas y parques tecnológicos, ubicados en la ciudad de Bogotá- localidad de Usaquén dividida en nueve UPZ (Unidades de Planeamiento Zonal): Paseo Los Libertadores, Verbenal, La Uribe, San Cristobal Norte, Toberín, Los Cedros, Usaquén, Country Club y Santa Barbara. (Bogotá Cómo Vamos, 2017).

La población está conformada por 472.908 habitantes. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2017), de acuerdo con esta información el tamaño de la muestra suponiendo un nivel 90 % y un margen de error de 9% nos indica que 83 personas que deben responder la encuesta. La razón por la cual la encuesta va dirigida a esta población se determinó conforme al estrato, nivel socioeconómico y viviendas que poseen que en su mayoría son conjuntos residenciales.

Secundarias: se recopilaron datos a través de informes, procedimientos, artículos, libros, etc. los cuales se encuentran reflejados en la bibliografía del documento.

Diseño de encuesta para recopilación de datos.

	ENCUESTA PLAN DE NEGOCIO GC JARDINERÍA INTEGRAL		
	Justificación: Esta encuesta forma parte del proyecto de plan de negocio, que se está realizando en la Universidad la Gran Colombia por parte de la estudiante que cursa una Especialización en Gerencia.		
	Objetivo: Analizar el hábito de los clientes en la solicitud de servicio de jardinería.		
Fecha:		Teléfono:	
Nombre:		Ocupación:	
Correo:		Barrio:	
<p>1. ¿Qué beneficios se adquieren al contar con espacios verdes en su lugar de residencia y trabajo?</p> <p>a) Los espacios verdes permiten paz y bienestar</p> <p>b) Los espacios verdes son un lugar para jugar</p> <p>c) Los espacios verdes no son necesarios en los tiempos de hoy</p> <p>d) Los espacios verdes ayudan a la oxigenación del ambiente a raíz de los altos niveles de contaminación.</p> <p>2. ¿Cuándo solicita servicio de jardinería lo requiere para?</p> <p>a) Mantenimiento de jardines y zonas verdes</p> <p>b) Diseño y decoración de jardines</p> <p>c) Jardines verticales</p> <p>d) Compra de plantas y/o Materas</p> <p>e) Todas las anteriores</p> <p>3. ¿Si requiere servicio de jardinería a quien seleccionaría?</p> <p>a) Empresa de jardinería</p> <p>b) Contrata persona externa/recomendada</p> <p>c) Contrata a un familiar</p> <p>4. ¿Qué días de la semana serian adecuados para realizar el servicio de jardinería?</p> <p>a) Lunes a viernes.</p> <p>b) Sábado</p> <p>c) Domingo</p> <p>d) No existe preferencia</p> <p style="text-align: center;">Agradecemos su tiempo y colaboración.</p>			

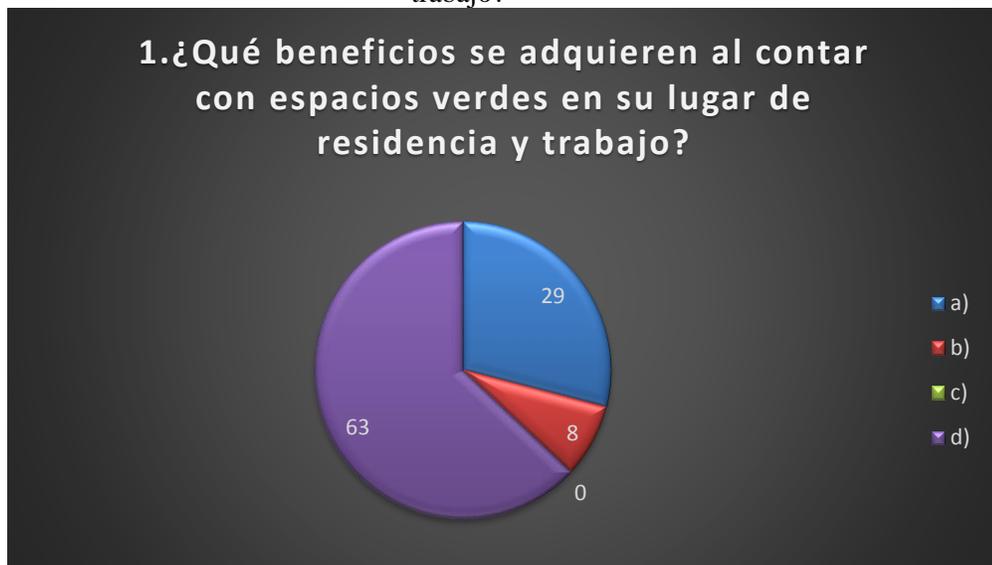
Análisis de la encuesta aplicada

Para Trespacios, Vázquez y Bello, las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo. (Trespacios Gutiérrez Juan, 2005).

De acuerdo con nuestro estudio se indicó que nuestro mercado objetivo se encuentra ubicado en la localidad de Usaquén, Según el DANE, la localidad tiene 472,908 habitantes. Es decir, el 5,93% de la población de Bogotá vive allí. Ha tenido una tasa de crecimiento promedio entre 2005 y 2020 2,5% anual. (Probogota, 2017)

Teniendo en cuenta la toma de la muestra se procedió a realizar 100 encuestas a los habitantes de la localidad de Usaquén, a continuación se grafica el resultado obtenido de las preguntas realizadas, junto las conclusiones obtenidas.

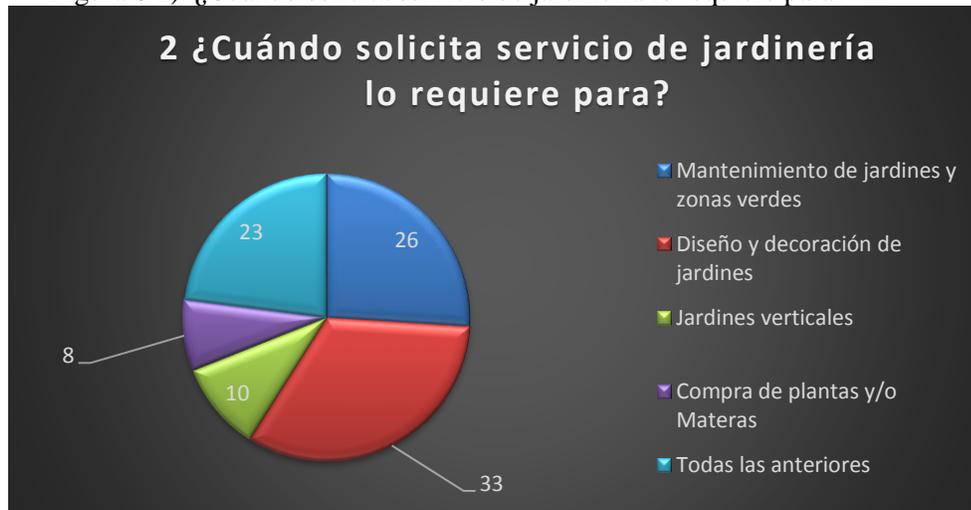
Figura 7 1). ¿Qué beneficios se adquieren al contar con espacios verdes en su lugar de residencia y trabajo?



Fuente: Propias del autor.

De acuerdo con las respuestas seleccionadas, se logró identificar que las personas consideran que los espacios verdes contribuyen con la oxigenación del ambiente en pro de minimizar la contaminación que actualmente se presenta en la ciudad de Bogotá. Así mismo consideran que los espacios verdes les permiten obtener un momento de paz y bienestar, puesto que se pueden ver expuesto a factores afecten su calidad de vida.

Figura 8 2). ¿Cuándo solicita servicio de jardinería lo requiere para?



Fuente: Propias del autor

Las personas encuestadas indicaron que al momento de realizar su solicitud desean el servicio de diseño y decoración, dado que se encuentran ubicados en zonas que cuentan con la estructura para esta labor, posterior a este se añade el servicio de mantenimiento, el cual ofrece la durabilidad del jardín. Vale aclarar que 12 (doce) de las personas encuestadas no conocían el término de jardines verticales, pero al momento de explicar en qué consistía se vieron interesadas en la adquisición del servicio.

Figura 9 3). ¿Si requiere servicios de jardinería a quien seleccionaría?



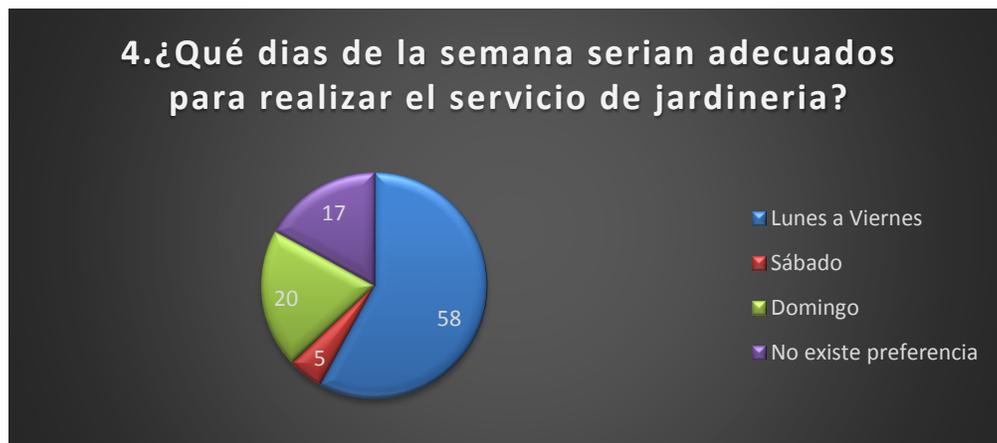
Fuente: propias del autor.

Conforme a los resultados obtenidos se logró identificar que, a la fecha las empresas y personas realizan su contratación por medio de referidos a causa de la confianza y seguridad que

este les puede generar y el otro medio que utilizan es directamente a las empresas de jardinería, la cual es fácil de encontrar por medio de internet.

Considerando esta respuesta, se logró concluir que, si realizamos el trabajo con calidad y oportunidad, lograríamos obtener una amplia participación, puesto que al observar nuestros trabajos en diferentes zonas de la ciudad se interesarían en adquirir nuestros servicios, ya sea por referencias o búsquedas en Google.

Figura 10 4). ¿Qué días de la semana serian adecuados para realizar el servicio de jardinería?



Fuente: propias del autor

El objetivo básico de esta pregunta era identificar los días en los cuales se podría realizar los servicios que ofrece Gc Jardinería integral, dado a que la empresa realiza contratación de personal por día y logramos evidenciar que se confirmó que los días para realizar nuestras labores se encuentran dentro del rango de lunes a viernes. Vale aclarar que uno de nuestros principales demandantes son las JAC (juntas de acción comunal).

Ahora podemos decir que las personas que viven en estos establecimientos por cuestiones de trabajo o estudio no se encuentran en el transcurso de día, lo que nos permite trabajar de manera más libre y óptima.

De igual manera, las personas que contestaron la opción “No existe preferencia”, resaltaron que al ser una empresa, los servicios que requieren se pueden realizar cualquier día, dado que de lunes a viernes se pueden realizar servicios de mantenimiento de jardines y los fines de semana fumigación, diseño de jardines, etc.

Capítulo I

Estudio Administrativo de la empresa GC Jardinería Integral

De acuerdo el objetivo de este plan de negocio, se estableció conformar un estudio administrativo de la empresa detallada a continuación.

Documentación requerida para registrarse como empresa unipersonal ante la cámara de comercio de Bogotá.

- Original del documento de identidad.
- Formulario del Registro Único Tributario (RUT).
- Formularios disponibles en las sedes de la CCB.
- Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES) 2017
- Carátula única empresarial y anexos, según corresponda (Persona Natural)
- Descargue el formulario adicional de registro con otras entidades

Esta información puede ser validada en la página de la cámara de comercio de Bogotá (Cámara de comercio de Bogotá, 2017)

Datos de la empresa

- Nombre: Gc Jardinería Integral E.U
- Tipo de documento: CC 3158728
- Representante Legal: Gabriel Cáceres Comba
- Dirección: Diagonal 73 N° 36-74 sur
- Teléfonos: 7189055- 3114756485
- Email: gcjardineriaintegral@hotmail.com
- Actividad económica: 7490 (Otras actividades profesionales, científicas y técnicas n.c.p)
- Régimen: Común

Misión:

Somos una empresa colombiana con 24 años de experiencia en el diseño de interiores y exteriores y jardinería para conjuntos residenciales, edificios empresariales, apartamentos, casas, bodegas y parques tecnológicos. Logrando de esta manera hacer ecosistema en la ciudad de Bogotá D.C.

Visión:

Ser en el 2020, una empresa líder en el diseño de interiores y exterior para conjuntos residenciales, edificios empresariales, apartamentos, casas, bodegas y parques tecnológicos.

Valores corporativos:

- ✓ Cumplimiento
- ✓ Compromiso
- ✓ Solidaridad
- ✓ Honestidad
- ✓ Respeto

Tipo de empresa

- ✓ Propiedad del Capital: Privada.
- ✓ Actividad económica: Agrícola/Servicios.
- ✓ Tamaño: Micro empresa.
- ✓ Presencia: Local
- ✓ Personalidad jurídica: Con ánimo de lucro

Figura 11 Logo y membrete



JARDINERÍA INTEGRAL

NIT: 3.158.728-3

*MANTENIMIENTOS DE JARDINES-ZONAS VERDES Y DECORACIONES-ARQUEO, PODA Y TALA DE ARBOLES-
FUENTES-CASCADAS-FUMIGACIONES, RATIZACIONES CONTRA TODA CLASE DE PLAGAS-IMPERMEABILIZACIONES EN
JARDINERAS, SOTEAS, TERRAZAS-VENTA DE TODA CLASE DE ARBUSTOS Y TODA CLASE DE PLANTAS
ORNAMENTALES DE EXTERIOR E INTERIOR, MATERAS DE BARRO, PLASTICAS Y MADERA, JARDINES VERTICALES.*

Fuente: propias del autor

Figura 12 Formato de cuentas de cobro



JARDINERÍA INTEGRAL
NIT: 3.158.728-3

MANTENIMIENTO DE JARDINES-ZONAS VERDES Y DECORACIONES-ARQUEO ,PODA Y TALA DE ÁRBOLES-
FUENTES-CASCADAS-FUMIGACIONES, RATIZACIONES CONTRA TODA CLASE DE PLAGAS-
IMPERMEABILIZACIONES EN JARDINERAS, SOTEAS, TERRAZAS-VENTA DE TODA CLASE DE ARBUSTOS Y
TODA CLASE DE PLANTAS ORNAMENTALES DE EXTERIOR E INTERIOR ,MATERAS DE BARRO, PLASTICAS Y
MADERA, JARDINES VERTICALES

BOGOTA D.C ENERO 2018

CUENTA DE COBRO 001

EDIFICIO AMARANTO

DEBE A:

GABRIEL CACERES COMBA
NIT: 3.158.728-3

Por concepto de:

CUENTA DE COBRO	
1. Mantenimiento de Jardineria mes de enero de 2018	

➤ Valor económico de la presente Cuenta de Cobro:

CUENTA DE COBRO	
- Ochenta mil pesos	\$ 80.000

Tabla 2 Valor económico de la cuenta de cobro.

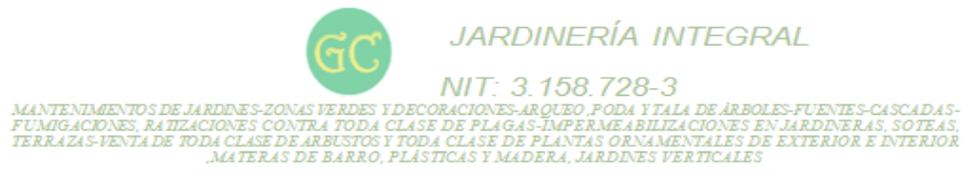
Atentamente,

Gabriel Cáceres Comba.

Diagonal: 73b sur N° 36-74 Teléfono: 7189055-CEL: 3114756485
E-mail: gcjardineriaintegral@hotmail.com Pag web: gcjardineriaintegral.com

Fuente: propias del autor.

Figura 13 Formato de cotización



Bogotá D.C., 24 enero de 2018

COTIZACIÓN 001

Señora
Administración
Edificio Bellato

Ref.: IMPERMEABILIZACIÓN DE LAS DOS JARDINERAS UBICADAS FRENTE AL EDIFICIO, EL PROCEDIMIENTO QUE SE LLEVARA A CABO CONSTARA DE: RETIRAR LA TIERRA DE LAS JARDINERAS, REALIZAR LA IMPERMEABILIZACIÓN, UBICAR LA TIERRA DENTRO DE LAS JARDINERAS Y DECORAR CON PIEDRA MONA, PIEDRA NEGRA Y GRANITO NORMAL.

Saludo cordial,

GC JARDINERÍA INTEGRAL, por medio de la presente se permite hacer entrega de la cotización por concepto de servicios de Jardinería; expresando una propuesta técnica y económica referente a los requerimientos establecidos luego de la visita realizada a sus instalaciones.

➤ La presente propuesta consta de las siguientes actividades:

COTIZACIÓN 001 Edificio Bellato	
1. Sacada de Plantas y tierra	\$ 583.000
2. Impermeabilización con gas y martiplas	\$ 2.300.000
3. Decoración en piedra	\$ 1.480.000

Tabla 1 Actividades cotizadas

➤ Valor económico de la presente Cotización:

Valor económico de la Cotización 001 Edificio Bellato	
- Cuatro millones trescientos sesenta y tres mil pesos.	\$ 4.363.000

Tabla 2 Valor económico de la cotización

✚ el término de validez de nuestra oferta es de (90) días, contados a partir del día de radicado

Agradecemos la atención prestada, dejando a su total disposición, todos y cada uno de nuestros servicios; quedaremos atentos a su pronta respuesta.

Atentamente,

Gabriel Cáceres Comba.

Diagonal: 73b sur N° 36-74 TELÉFONO: 7189055-CEL: 3114756485
E-mail: gcjardineriaintegral@hotmail.com Pag web: gcjardineriaintegral.com

Fuente: propias del autor.

Estudio técnico de producción

A continuación, se discriminara la maquinaria, herramientas y servicios que ofrece Gc Jardinería Integral.

Tabla 3 Servicios ofrecidos.

Servicio	Proceso	Perfil del trabajador
Decoración y diseño de jardines	1. Se realiza una visita en el lugar donde se llevará a cabo el procedimiento.	
	2. Se realiza un diseño previo que incluye la cantidad de plantas a utilizar, tierra tratada con abonos orgánicos y contratación de transporte para el envío de los insumos.	✓ Sexo: hombre ✓ Edad: mayor de 25 años. ✓ Estudio: Primaria o Bachiller
	3. Se realiza la cotización y será enviada al cliente.	
	4. Realizar un mantenimiento mensual.	
Mantenimientos de jardines y zonas verdes	1. El servicio de mantenimiento garantiza el cuidado y conservación del jardín o zona verde.	
	2. Se realiza una limpieza de la zona (Eliminar basuras, hojas y pasto seco).	
	3. Removida de la tierra de manera que esta se nutra con los abonos orgánicos incorporados.	✓ Sexo: hombre ✓ Edad: mayor de 25 años.
	4. Cortado de césped en caso de crecimiento abundante.	✓ Estudio: Primaria o Bachiller
	5. Realizar chequeo referente al sistema de riego que se implanto.	
	6. Realizar un mantenimiento mensual.	
Arqueo, poda y tala de árboles	1- Crear un diseño en los árboles o arbustos que se encuentren en el lugar.	✓ Sexo: hombre ✓ Edad: mayor de 25 años.
	2- Disponer de las herramientas de seguridad.	✓ Estudio: Primaria o Bachiller
	3- Recoger los desechos generados durante la poda.	✓ Certificación de trabajo en alturas.
	4- Realizar un mantenimiento mensual.	
Fuentes y cascadas	1. Crear diseños de fuentes y cascadas.	✓ Sexo: hombre
	2. Elaborar el diseño escogido por el cliente.	✓ Edad: mayor de 25 años.
		✓ Estudio: Primaria o Bachiller

	3. Comprar los insumos requeridos para la elaboración de la cascada o fuente.	
	4. Instalar la fuente o cascada.	
	5. Realizar un mantenimiento mensual.	
	1. Los jardines verticales tienen como propósito optimizar los espacios.	
	2. Crear el diseño del jardín vertical.	✓ Sexo: hombre
Jardines verticales	3. Comprar los insumos requeridos para la elaboración.	✓ Edad: mayor de 25 años.
		✓ Estudio: Primaria o Bachiller
	4. Instalar el sistema de impermeabilización, riego y plantas ornamentales.	
	5. Realizar un mantenimiento mensual.	
	1. Conocer el área a impermeabilizar.	✓ Sexo: hombre
Impermeabilizaciones en jardinerías, azoteas y terrazas	2. Cotizar los insumos requeridos.	✓ Edad: mayor de 25 años.
	3. Comprar los insumos requeridos.	✓ Estudio: Primaria o Bachiller
	4. Impermeabilizar la zona.	
	5. Realizar un mantenimiento mensual.	
	1. Ofrecer el portafolio de productos al cliente.	
Venta de toda clase de arbustos y toda clase de plantas ornamentales de exterior e interior, toda clase de materas	2. Realizar la cotización discriminando los precios y si el cliente lo desea el costo de la plantación.	✓ Sexo: hombre ✓ Edad: mayor de 25 años. ✓ Estudio: Primaria o Bachiller
	3. Entrega de los productos al cliente.	
	1. Realizar visita al lugar infestado.	✓ Sexo: hombre
Fumigación contra toda clase de plagas	2. Realizar cotización del servicio.	✓ Edad: mayor de 25 años.
	3. Establecer los fungicidas a utilizar dependiendo de la plaga.	✓ Estudio: Primaria o Bachiller
	4. Establecer el día de fumigación con el cliente.	

Fuente: propias del autor.

Modelo Canvas

Figura 14 Modelo Canvas

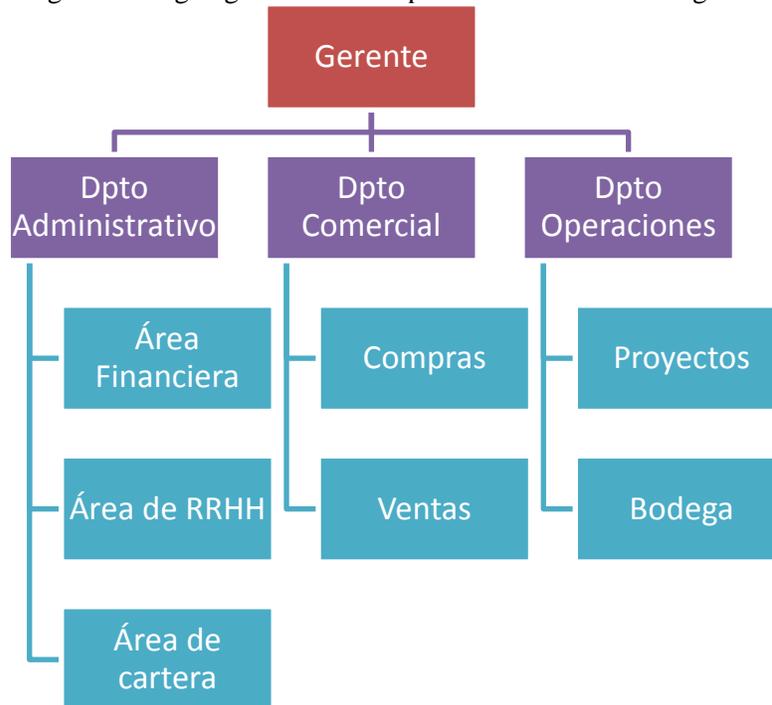
Modelo Canvas		Diseñado para:	Empresa GC Jardinería Integral
		Diseñado por:	Yuli Angelica Caceres Abello
Relaciones Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relaciones con los clientes
MOTIVACIÓN PARA REALIZAR SOCIEDADES: 1. Proveedores Viveros Insecticidas Materas Impermeabilización	CATEGORÍAS: * Diseños y plantas ornamentales * Horarios de labor * Plataforma y redes de contacto * Diagnóstico de conformidad Recursos Clave TIPOS DE RECURSOS: * Físicos (Maquinaria, herramientas transporte, insumos, ect) * Intelectuales (Jardineros y diseñadores)	CARACTERÍSTICAS: * Horarios de labor * Servicio pre y pos venta * Accesibilidad * Diseño innovadores * Precios asequibles * Seguridad * Comodidad * Trabajos inmediatos y garantizados	EJEMPLOS: 1. Juntas de acción comunal 2. Hombres y/o mujeres * Edad: 30-70 años * Ingresos: \$1'500.000-\$ 6'000.000 * Ocupación: Dependientes, independientes, pensionados * Estrato: 3,4, 5 y 6 Canales de Distribución Proceso de evaluación: 1. Referidos 2. Pag web 3. Redes sociales 4. Cartas de presentación
Merado Meta - Clientes	EJEMPLO: * Mercado Masivo * Nicho de Mercado * Segmentos * Diversificado * Plataforma Multi-uso		
Estructura de Costos	Flujos de Ingresos		
TU NEGOCIO ESTA BASADO EN: * Viveros * Mantenimiento de maquinaria * Impuestos * Costos Fijos	TIPOS: * Pagos en efectivo, cheque, transferencia electronica * Cuando el precio es > 2'500.000 50% al iniciar el proyecto y el 50% al finalizar. PRECIO Dinamico * Lista de precios conforme al servicio y zona a trabajar * Ajustable a las características del producto/servicio * Ajustable al Segmento * Ajustable al volumen		
PUNTO DE EQUILIBRIO			

Bajo licencia Creative Commons por businessmodelgeneration.com

Fuente: Propias del autor

Organigrama

Figura 15 Organigrama de la Empresa GC Jardinería Integral



Cronograma de actividades.

Tabla 4 Cronograma

Objetivo	Establecer medios para la captación de clientes			
Estrategia	Incrementar el número de clientes.			
Táctica	Seguimiento del cumplimiento		Resultados	Responsable
	Fecha	Cumpl.		
1 Diseñar logo	01/09/2017	01/09/2017	Logo de la empresa	Yuli Cáceres
2 Crear redes sociales	02/09/2017	02/09/2017	WhatsApp, Facebook, twitter, Instagram y LinkedIn	Yuli Cáceres
3 Diseñar carta de presentación	03/09/2017	03/09/2017	Cartas de presentación para las 1.733 JAC	Yuli Cáceres
4 Diseño de Cotizaciones	03/09/2017	03/09/2017		Yuli Cáceres
5 Diseño de cuentas de cobro	03/09/2017	03/09/2017		Yuli Cáceres
6 Tarjetas de presentación (2.000)	05/09/2017	05/09/2017		Yuli Cáceres
7 Dotación x persona	10/09/2017	10/09/2017	Camisa, pantalón, gorra, botas de caucho,	Yuli Cáceres
8 Logo para la camioneta de transporte	05/09/2017	05/09/2017		Yuli Cáceres
Tota				

Fuente: Propias del autor.

Capítulo II

Análisis de mercado de la empresa GC jardinería integral.

El propósito de este capítulo es identificar el mercado objetivo al cual la empresa GC jardinería integral en la ciudad de Bogotá D.C.

Análisis del mercado

Declaración de posicionamiento

Para conjuntos residenciales, edificios empresariales, apartamentos, casas, bodegas y parques tecnológicos, Gc jardinería integral es una empresa dedicada al diseño de jardines verticales y horizontales que le permitirá obtener una parte de la naturaleza en su hogar.

Figura 16 Nicho de mercado.



Fuente: Propias del autor

Las 4 C

Robert Lauterborn, planteo el concepto de las 4 C que consumidor, costo, conveniencia y comunicación (Lauterborn, 2008) A continuación se expresa estos conceptos:

Figura 17 Las 4 C



Fuente: Propias del autor.

Las 4 P

El creador de la teoría de las 4 P, fue Michael E. Porter. Esta teoría contempla el nivel de competitividad de una empresa, dado que contempla los siguientes contextos. (Chavarría & Sepúlveda, 2001).

Figura 18 las 4 P



Fuente: Propias del autor.

Portafolio de productos y servicios GC Jardinería Integral

Tabla 5 Portafolio de servicios y productos

Servicio	Productos
Decoración y diseño de jardines	Plantas ornamentales
Mantenimientos de jardines y zonas verdes	Materas (plásticas, de barro, acero, etc)
Arqueo, poda y tala de árboles	Árboles
Fuentes y cascadas	Arbustos
Jardines verticales	
Impermeabilizaciones en jardineras, azoteas y terrazas	
Fumigación contra toda clase de plagas	

Fuente: propias del autor.

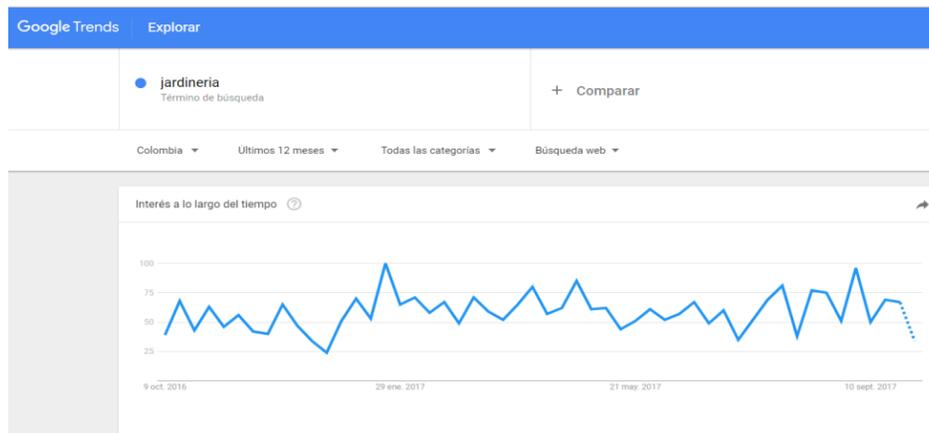
Diagnostico

La actividad económica que se va a realizar corresponde a la prestación de servicios de jardinería, fumigación y venta de insumos para estos, al momento de realizar un diagnóstico referente a la necesidad que presentan las personas, se procedió a utilizar la herramienta que proporciona Google Trends.

Actualmente Google Trends es considerada como un apoyo en el momento de pautar en internet, dado que permite conocer la palabra clave que se puede proporcionar al medio de venta al cliente. Para este caso se utilizó la palabra jardinería, logrando identificar las ciudades en donde se realizan más búsquedas.

A continuación, se detalla el paso a paso que se realizó con el fin de conocer en qué ciudades del país existe la necesidad del servicio de jardinería.

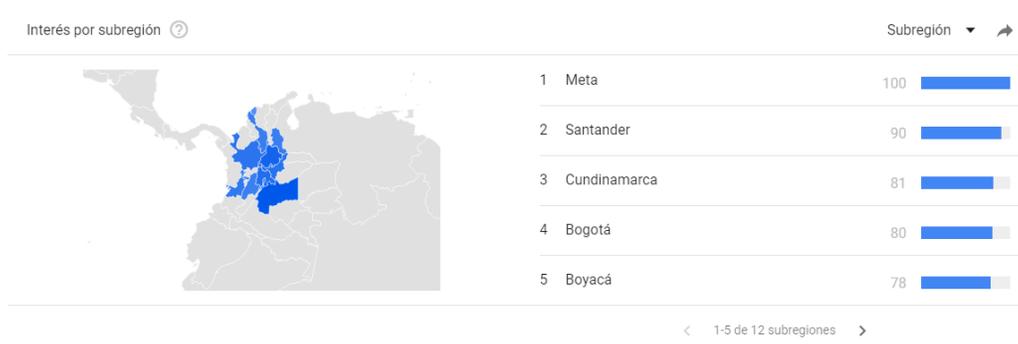
Figura 19 Consulta en Google Trends



(Google Trends, 2017)

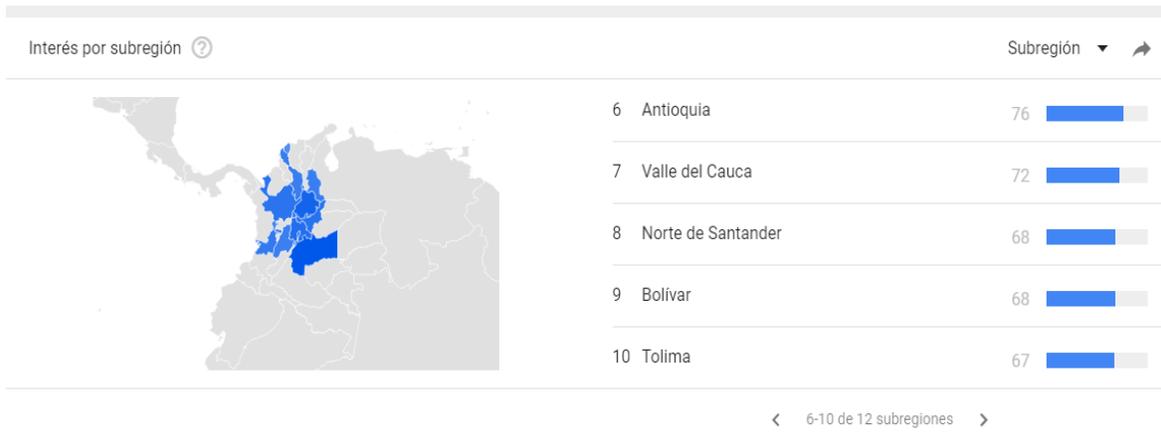
En la Figura 15, se logra identificar el promedio de las búsquedas realizadas en Colombia con la palabra jardinería.

Figura 20 Regiones con mayor interés.



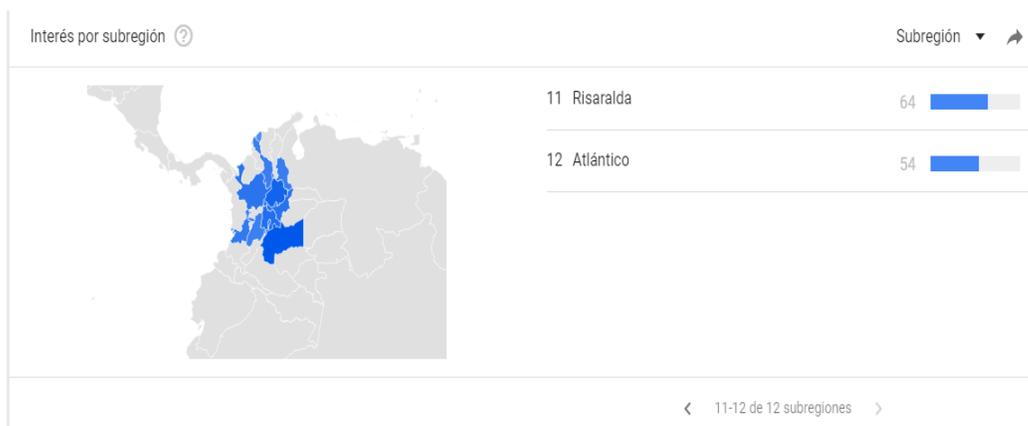
(Google Trends, 2017)

Figura 21 Regiones con mayor interés. (2)



(Google Trends, 2017)

Figura 22 Regiones con menor interés



(Google Trends, 2017)

Así mismo se identifica en las figuras 16 y 17, las regiones con mayores búsquedas, donde Meta es la que encabeza la lista y Bogotá se encuentra en el lugar 4 casi con 80% de las búsquedas realizadas por los usuarios de internet.

Figura 23 Temas relacionados a la palabra jardinería

Temas relacionados  En aumento  

1	Agricultura - Sector de estudio	Aumento destacado
2	Pared de cultivo - Tema	+250%
3	Sodimac - Empresa	+200%
4	Poda - Tema	+80%
5	Servicio - Economía	+70%

< 1-5 de 8 temas >

(Google Trends, 2017)

Figura 24 Temas relacionados a la palabra jardinería (2)

Temas relacionados  En aumento  

6	Jardín botánico - Tema	+60%
7	Siembra - Tema	+60%
8	Jardín - Tema	+50%

< 6-8 de 8 temas >

(Google Trends, 2017)

La herramienta de Google Trends también proporciona una ventana que permite conocer los temas que se relacionan a la búsqueda de la palabra escogida, como principal relación se encuentra la agricultura, seguido de pared cultivo; recordemos que actualmente se están realizando

jardines verticales con el propósito de optimizar los espacios, entre otros como se puede apreciar en las figuras 19 y 20

Identificación de competidores

Toda empresa debe identificar la competencia que se encuentra ubicada bajo la misma actividad económica, dado que oferta el mismo producto o servicio al mercado, a continuación, relaciono los competidores directos que tienen la empresa GC Jardinería Integral.

Competidores directos

Jardineros Ltda., constituida desde el año de 1978 en Bogotá-Colombia que está posicionada como una empresa líder en la producción y comercialización de plantas ornamentales, el diseño de jardines, la ejecución de proyectos paisajísticos, y el mantenimiento general de áreas verdes. (Jardineros Ltda, 2017), el crecimiento que ha tenido la empresa nos ha permitido establecer un enfoque de visión, orientados a crear, implementar y desarrollar nuevos procesos y servicios para ofrecer a nuestro segmento de mercado.

Parque real paisajismo y jardinería SAS, es otro referente que se tomó con el fin de analizar los servicios y productos que ofrecen actualmente en el mercado de la jardinería y fue fácil identificar que al igual que la empresa Jardineros Ltda., el portafolio es muy similar ya que ofrecen servicios de mantenimiento de jardines, mantenimiento de zonas verdes, diseño de jardines, suministro de plantas y árboles, sistemas de riego, paisajismo y jardinería, muros y cubiertas verdes y venta de materas. (Parque Real Paisajismo y Jardineria SAS, 2017).

Botanik es uno más de nuestros referentes en la consolidación de ideas y estrategias para el plan de negocio que se desea realizar, al visitar su pág. web e identificar los servicios que ofrecen siguen siendo muy similares a los que ofrecen las empresas anteriormente mencionadas jardinería, paisajismo, jardín vertical, riego automatizado y mantenimiento. (Botanik, 2017)

La empresa Jardinería integral, ofrecen servicios como Proyectos de jardinería, diseño de jardines, construcción de jardines, reforma de jardines, recuperación de taludes, instalación de sistemas de riego, áticos y terrazas, césped artificial, jardines verticales y tratamientos fitosanitarios. (Empresa Jardineria Integral, 2017)

Competidores informales

Son aquellas personas que trabajan de manera informal en la actividad que realiza GC Jardinería Integral, el concepto informal hace referencia al no contar con los documentos establecidos para ejecutar las funciones que realizan y se ven orientados a trabajar de manera empírica y bajos costos.

Análisis de la situación actual

Permite identificar las fortalezas y debilidades, a las cuales se está expuesto. Así mismo, las oportunidades y amenazas conforman el ambiente externo

Diagnóstico FODA.

Tabla 6 FODA

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Amplia gama de servicios. ✓ Reconocimiento en el mercado actual. ✓ Trabajos garantizados. ✓ Creación de diseños ✓ Vivero propio. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cubrimiento del mercado objetivo. ✓ Poco número de empleados. ✓ Poca publicidad. ✓ Falta de documentación (Membretes) ✓ Falta de capacitación ✓ Falta de estructuración administrativa. ✓ Plagas y cambios de clima.
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Posicionamiento en el mercado. ✓ Alianzas con empresas constructoras. ✓ Crecimiento de capital. ✓ Nueva línea de servicios. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Competencia Directa ✓ Reglamentación jurídica de las alcaldías. ✓ Reglamentación del mercado objetivo. (JAC) ✓ Incremento del valor de plantas, arbustos, materas y abonos.

Fuente: propias del autor

Cruce de la matriz FODA

Tabla 7 Cruce matriz FODA

	Fortalezas	Debilidades
Oportunidad	<p>Estrategia FO</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ampliar el portafolio de servicios para lograr un mayor posicionamiento en el mercado. ✓ Crear alianzas estratégicas para obtener un mayor reconocimiento. ✓ Expandir el vivero con el propósito de incrementar el capital. 	<p>Estrategia DO</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Incrementar el número de empleados para lograr un mayor posicionamiento. ✓ Crear membretes para lograr reconocimiento en el mercado. ✓ Programar de capacitación para los grupos de trabajo que permita garantizar los servicios.
Amenazas	<p>Estrategia FA</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Garantizar los trabajos realizados con el propósito de disminuir la competencia. ✓ Conocer la reglamentación de las JAC para incrementar el mercado objetivo. ✓ Invertir en el vivero con el fin de evitar la compra de insumos a proveedores 	<p>Estrategia DA</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear una estructura administrativa ajustada a la del mercado. ✓ Crear publicidad que permita cautivar a nuevos mercados. ✓ Invertir en el vivero con el fin de evitar la compra de insumos a proveedores, disminuyendo de esta manera los costos.

Fuente: propias del autor.

Medios para cautivar el mercado

1. Carta de presentación.



JARDINERÍA INTEGRAL
NIT: 3.158.728-3

MANTENIMIENTOS DE JARDINES-ZONAS VERDES Y DECORACIONES-ARQUEO ,PODA Y TALA DE ÁRBOLES-FUENTES-CASCADAS-FUMIGACIONES, RATIZACIONES CONTRA TODA CLASE DE PLAGAS- IMPERMEABILIZACIONES EN JARDINERAS, SOTEAS, TERRAZAS-VENTA DE TODA CLASE DE ARBUSTOS Y TODA CLASE DE PLANTAS ORNAMENTALES DE EXTERIOR E INTERIOR ,MATERAS DE BARRO, PLÁSTICAS Y MADERA, JARDINES VERTICALES.

Gc Jardinería Integral es una empresa persona natural, fundada por Gabriel Cáceres Comba desde el año de 1993, experta en jardinería y en el diseño de interiores y exteriores, así como en la venta e instalación de complementos, ofreciendo todos los servicios, productos y complementos necesarios para la decoración de jardines, terrazas, espacios públicos dónde se quieran aplicar principios de sostenibilidad y respeto con el medio ambiente.

Los servicios que ofrece **Gc Jardinería Integral** son mantenimientos de jardines y zonas verdes, decoración y diseño de jardines, arqueo, poda y tala de árboles, fuentes y cascadas, jardines verticales, impermeabilizaciones en jardineras, azoteas, terrazas, venta de toda clase de arbustos y toda clase de plantas ornamentales de exterior e interior, toda clase de materas y fumigación contra toda clase de plagas.

Estamos ubicados en la ciudad de Bogotá, con el fin de ofrecer nuestros servicios a conjuntos residenciales, edificios empresariales, apartamentos, casas, bodegas y parques tecnológicos. Aplicando de esta manera todo nuestro conocimiento en venta de productos y jardinería integral, ofreciendo a nuestros clientes una nueva forma de hacer ecosistema en de manera horizontal y vertical.

Diagonal: 73b sur N° 36-74 TEL: 7189055 CEL: 3114756485
E-mail: gcjardineriaintegral@hotmail.com [Pág web: gcjardineriaintegral.com](http://www.gcjardineriaintegral.com)

Fuente: propias del autor

2. Redes sociales:

Figura 25 LinkedIn



Fuente: Propias del autor

Figura 26 Correo electrónico



Fuente: propias del autor

Gcjardineriaintegral@hotmail.com

Figura 27 Tarjetas de presentación



Fuente: Propias del autor

Capítulo III

Estudio técnico de servicios y productos.

Permite identificar los servicios y productos ofrecidos por la empresa vs la competencia.

Portafolio de servicios

GC Jardinería Integral

Tabla 8 Estudio técnico de producción.

Maquinaria y Herramientas	
Producto	Unidades
Máquina de cortar pasto	1
Herramienta de poda (cuchillas, yoyo, etc.)	2
Escoba	2
Rastrillo	1
Kit de Tijeras	2
Kit de excavación manual (Pala, pica, azadón, etc.)	2
Cortadora de árboles	1
Fumigadora	1
Kit de taladro	1
Vehículo	1

Fuente: Propias del autor.

Tabla 9 Tablas de precios

Servicio	Valor
Decoración y diseño de jardines	\$ 150.000 a 6'000.000
Mantenimientos de jardines y zonas verdes	\$ 50.000 a 350.000
Arqueo, poda y tala de árboles	\$ 200.000 a 7'000.000
Fuentes y cascadas	\$ 350.000 a 7'000.000
Jardines verticales	\$ 1'500.000 a 10'000.000
Impermeabilizaciones en jardineras, azoteas y terrazas	\$ 500.000 a 3'500.000
Venta de toda clase de arbustos y toda clase de plantas ornamentales de exterior e interior, toda clase de materas	\$ 3.000 a 350.000
Fumigación contra toda clase de plagas	\$ 50.000 a 1.500.000

Fuente: Propias del autor

Los servicios que ofrece la competencia directa.

Figura 28 Jardineros Ltda.



(Jardineros Ltda, 2017)

Servicios.

- Los servicios ofrecidos son: servicios de mantenimiento de jardines, mantenimiento de zonas verdes, diseño de jardines, suministro de plantas y árboles, sistemas de riego, paisajismo, jardinería muros Cubiertas verdes y venta de materas.

Figura 29 Parque Real Paisajismo Y Jardinería SAS



(Parque Real Paisajismo y Jardineria SAS, 2017)

Servicios.

- Ofrecen servicios de mantenimiento de jardines, mantenimiento de zonas verdes, diseño de jardines, suministro de plantas y árboles, sistemas de riego, paisajismo, jardinería muros, cubiertas verdes y venta de materas.

Figura 30 Jardinería integral



(Empresa Jardineria Integral, 2017)

Servicios

- Sus servicios hacen referencia a proyectos de jardinería, diseño de jardines, construcción de jardines, reforma de jardines, recuperación de taludes, instalación de sistemas de riego, áticos y terrazas, césped artificial, jardines verticales y tratamientos fitosanitarios.

Capítulo IV

Formulación financiera

Conforme al plan de negocios, se procede a crear un presupuesto basado en una estimación de costos y gastos que se generan mes a mes.

La tabla de presupuesto mensual honorarios hace referencia al valor que se le asignara a cada trabajador. Vale aclarar que en el pago al cargo de jardinero se establece de acuerdo con su obra labor; lo que significa que se le pagara el día laborado.

Presupuesto mensual Honorarios

Tabla 10 Presupuesto mensual Honorarios

Presupuesto mensual honorarios				
Servicio	Días		Valor Diario	Total
Asistente (Salario integral)	30	\$	28.333	\$ 850.000
Jardinero (Obra labor)	0	\$	30.000	\$ -
	Total			\$ 850.000

Fuente: propias del autor

Obligaciones Laborales

La empresa no cuenta actualmente con una oficina, por lo cual se asigna el valor de un local previsto en la zona del tunal de la ciudad de Bogotá.

Tabla 11 Obligaciones Laborales

Obligaciones		
Arriendo (local y parqueadero)	\$	850.000
Seguros (Soat)	\$	100.000
Servicios públicos	\$	150.000
Total	\$	1.100.000

Fuente: propias del autor

Equipo de Oficina

A continuación, se cotiza el equipo requerido para la puesta en marcha de la empresa GC Jardinería Integral

Tabla 12 Equipo de Oficina

Equipo de oficina			
Producto	Unidades	Valor Unitario	Valor Total
Computador	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Escritorio	1	\$ 550.000	\$ 550.000
Silla de escritorio	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Silla de espera	2	\$ 70.000	\$ 140.000
Teléfono	1	\$ 94.000	\$ 94.000
Celular	1	\$ 850.000	\$ 850.000
Perforadora	1	\$ 5.000	\$ 5.000
Cosedora	1	\$ 4.000	\$ 4.000
Impresora	1	\$ 650.000	\$ 650.000
Greca	1	\$ 120.000	\$ 120.000
		Tota	\$ 3.863.000

Fuente: propias del autor

Equipo de producción

Tabla 13 Equipo de producción

Equipo de producción			
Producto	Unidades	Valor Unitario	Valor Total
Máquina de cortar pasto	1	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000
Herramienta de poda (cuchillas, yoyo, etc.)	1	\$ 345.000	\$ 345.000
Kit de Tijeras	1	\$ 67.000	\$ 67.000
Kit de excavación manual (Pala, pica, azadón, etc.)	1	\$ 346.000	\$ 346.000
Cortadora de arboles	1	\$ 950.000	\$ 950.000
Fumigadora	1	\$ 450.000	\$ 450.000
Kit de taladro	1	\$ 870.000	\$ 870.000
		Total	\$ 4.728.000

Fuente: propias del autor

Presupuesto de publicidad

Tabla 14 Presupuesto de publicidad

Publicidad			
Producto	Unidades	Valor Unitario	Valor Total
Tarjetas	1000		\$ 80.000
Catálogos	4	\$ 8.500	\$ 34.000
Letreros	4	\$ 16.000	\$ 64.000
		Total	\$ 178.000

Fuente: propias del autor

Inventario GC Jardinería Integral

Como se mencionó anteriormente, la empresa lleva ejerciendo su actividad hace ya varios años, lo cual le ha permitido obtener un inventario que se agrega a este presupuesto.

Tabla 15 Inventario GC Jardinería Integral

Inventario				
Producto	Unidades	Valor Unitario	Valor Total	
Máquina de cortar pasto	1	\$ 1.700.000	\$	1.700.000
Herramienta de poda (cuchillas, yoyo, etc.)	2	\$ 345.000	\$	690.000
Escoba	2	\$ 12.000	\$	24.000
Rastrillo	1	\$ 15.000	\$	15.000
Kit de Tijeras	2	\$ 67.000	\$	134.000
Kit de excavación manual (Pala, pica, azadón, etc.)	2	\$ 346.000	\$	692.000
Cortadora de arboles	1	\$ 950.000	\$	950.000
Fumigadora	1	\$ 450.000	\$	450.000
Kit de taladro	1	\$ 870.000	\$	870.000
Vehículo	1	\$ 15.000.000	\$	15.000.000
		Total	\$	20.525.000

Fuente: propias del autor

Presupuesto inicial

Teniendo en cuenta lo anterior, se procede a crear el presupuesto inicial restando el inventario con el que ya cuenta la empresa. Así mismo se crea el presupuesto anual.

Tabla 16 Presupuesto inicial

Presupuesto Inicial	
Equipo de oficina	\$ 3.863.000
Equipo de producción	\$ 4.728.000
Inventario	\$ 20.525.000
Publicidad	\$ 178.000
Total	\$ (11.756.000)

Fuente: propias del autor

Presupuesto Anual

Tabla 17 Presupuesto Anual

PRESUPUESTO ANUAL													
PERIODO 1 DE ENERO DE 2018 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018													
CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Salarios empleados	\$ 1.030.000	\$ 1.150.000	\$ 1.750.000	\$ 1.210.000	\$ 1.750.000	\$ 1.660.000	\$ 1.030.000	\$ 850.000	\$ 1.660.000	\$ 850.000	\$ 1.660.000	\$ 1.660.000	\$ 16.260.000
Dotaciones para jardinero	\$ 150.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 150.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 150.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 450.000
Capacitaciones	\$ 100.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 100.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 200.000
Publicidad y papelería	\$ 178.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 50.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 50.000	\$ -	\$ 278.000
Arriendos	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 10.200.000
Seguros	\$ 100.000	\$ -	\$ 450.000	\$ 350.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 900.000
Servicios públicos	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Préstamos bancarios	\$ 450.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 450.000
Mantenimiento	\$ 56.000	\$ -	\$ -	\$ 56.000	\$ -	\$ -	\$ 56.000	\$ -	\$ -	\$ 56.000	\$ -	\$ -	\$ 224.000
TOTAL:	\$ 3.008.000	\$ 2.150.000	\$ 3.200.000	\$ 2.560.000	\$ 2.900.000	\$ 2.760.000	\$ 2.080.000	\$ 1.850.000	\$ 2.810.000	\$ 1.850.000	\$ 2.710.000	\$ 2.660.000	\$ 30.538.000

Fuente: propias del autor

Balance general de la empresa Gc Jardinería Integral

Con el propósito de conocer lo que posee y debe la empresa se procede a crear el balance general.

Tabla 18 Balance general de la empresa Gc Jardinería Integral

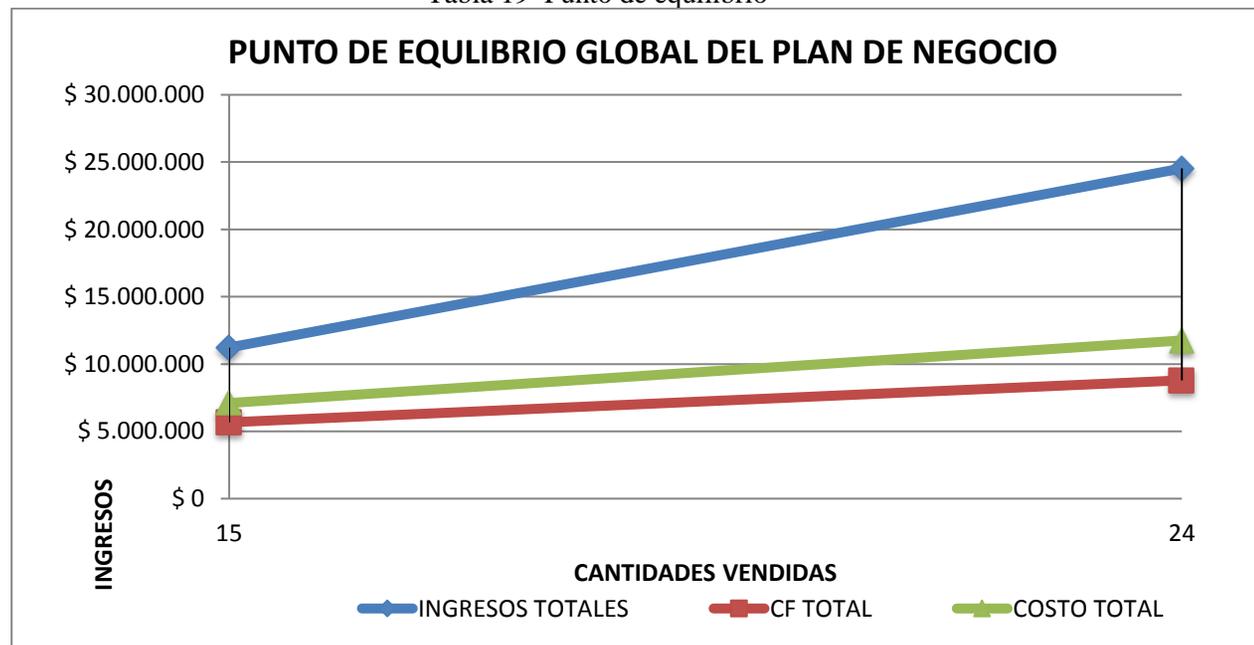
Balance General					
GC Jardinería Integral					
CC 3158728-1					
AÑO 2018					
Activo			Pasivo		
Activo Corriente			Pasivo Corriente		
Caja	\$	500.000	Proveedores	\$	300.000
Bancos	\$	2.000.000	Cuentas X pagar	\$	8.540.000
Cuentas x cobrar	\$	3.500.000	Obligaciones laborales	\$	9.680.000
Inventarios	\$	20.525.000			
Arriendo Pag x Ant	\$	-	Total Pasivo Corriente	\$	18.520.000
Total Activo Corriente	\$	26.525.000	Total Pasivos	\$	18.520.000
Activo Fijo			Patrimonio		
Propiedad P y E	\$	15.000.000	Capital	\$	4.000.000
Depreciación Acum	\$	(3.000.000)	Total Patrimonio	\$	4.000.000
Total Activo Fijo	\$	12.000.000			
Otros Activos	\$	-	Activo= Pasivo + Patrimonio	\$	22.520.000
Total Otros Activos	\$	-			
Total Activos	\$	38.525.000			

Fuente: propias del autor

Punto de equilibrio

DATOS GRAFICO	PUNTO DE EQUILIBRIO X SEMESTRE 2017	
UNIDADES VENDIDAS	15	24
INGRESOS TOTALES	\$ 11.226.000	\$ 24.534.000
CF TOTAL	\$ 5.670.000	\$ 8.790.000
CV TOTAL	\$ 1.435.000	\$ 2.960.000
COSTO TOTAL	\$ 7.105.000	\$ 11.750.000
utilidad	\$ 4.121.000	\$ 12.784.000

Tabla 19 Punto de equilibrio



Fuente: propias del autor

Conclusiones

Después de haber realizado un análisis del estado actual de la empresa Gc Jardinería Integral E.U, se optó por la implementación de un plan de negocios, dado que carece de herramientas administrativas que permitan una formulación, adecuación y ejecución para realizar su actividad, Así mismo evaluación y control efectivo.

Como se mencionó al inicio de este documento su actividad económica está enfocada en el diseño y decoración se jardines horizontales y verticales, mantenimiento de jardines y zonas verdes, poda y tala de árboles, fumigación, venta de toda clase de plantas ornamentales, entre otros. Con respecto a la competencia que tiene actualmente, se logra identificar un segmento amplio puesto que tiende a competir de manera directa con empresas que efectúan la misma actividad económica y personas que trabajan de manera informal, exponiendo al mercado en una balanza de precios que hoy es muy complejo de manejar, teniendo en cuenta la economía del país y la migración de personas al país. Aun así, vale la pena resaltar el compromiso con el que cuenta la empresa a nivel de calidad y precio, la cual le permite tener una ventaja competitiva frente al mercado, puesto que la competencia ofrece servicios similares, pero precios que en ocasiones superan el presupuesto del mercado objetivo o no pueden cumplir con los requerimientos de horarios para prestar los servicios.

El modelo CANVAS permitió crear una idea clara del negocio y plasmar lo que se busca ofrecer al mercado, así mismo el análisis DOFA genero resultados que ponen a la vista falencias que posee la empresa, pero al momento de realizar el cruce de estos, se lograron estrategias que al día de hoy permitieron a GC Jardinería Integral reconocimiento gracias a sus membretes y formatos de facturación y presentación de propuestas. De esta marea se ha logrado tener una visión más clara de las metas que se deben cumplir para obtener los resultados deseados.

Con respecto al perfil del cliente, se identificó que el segmento al que va dirigido por norma requiere de este servicio dando cumplimiento a la normatividad vigente Ley 675 de 2001: *Las Unidades Inmobiliarias Cerradas son conjuntos de edificios, casas y demás construcciones integradas arquitectónica y funcionalmente, que comparten elementos estructurales y constructivos, áreas comunes de circulación, recreación, reunión, instalaciones técnicas, zonas*

verdes y de disfrute visual, por lo cual existe mercado que requiere de este servicio y nichos próximos a explorar con el propósito de generar deseo y/o necesidad. Las encuestas crearon una puerta que permitió identificar y validar ámbitos muy importantes, dado que todas las personas buscamos un espacio que nos brinde bienestar después de nuestras labores cotidianas, puesto que el tiempo es muy limitado y se es imposible en ocasiones asistir a parques y zonas verdes de la ciudad de Bogotá.

En el ámbito financiero se procede a realizar la propuesta de inversión, teniendo en cuenta que la empresa ya ejerce esta labor, se incluyeron los bienes que posee y como resultado se obtuvo que la inversión se estima entre los 11.756.000 (Once millones setecientos cincuenta y seis mil pesos) y tiene como ventaja clientes vigentes a su servicio, aun así las estrategias pautadas busca incrementar la demanda del servicio, por lo cual se planteó la idea de abrir una oficina y comprar nueva maquinaria que permita a la empresa prestar sus servicios a un mercado más amplio.

De acuerdo con lo planteado en el documento y los resultados obtenidos, se presenta este plan de negocio al Gerente de GC Jardinería Integral E.U con el propósito de que valide los hallazgos evidenciados y tome las decisiones pertinentes basado en las estrategias propuestas con el propósito de implementar una estructura administrativa, identificación de competencia, análisis del mercado objetivo, validación de servicios Vs precios y los valores obtenidos con el fin de incrementar su rentabilidad y utilidad.

Bibliografía

- Agroieta13. (11 de 07 de 2017). *¿Qué son las plagas?* Recuperado el 11 de 07 de 2017, de <https://agroietal3.wordpress.com/que-son-las-plagas/>
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2017). *Localidad de Usaquén*. Recuperado el 15 de 02 de 2018, de <http://bogota.gov.co/localidades/usaquen>
- Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (1993). *Proyecto de acuerdo*. Recuperado el 11 de 07 de 2017, de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=29054>
- Alcaraz Rodriguez, R. E. (2001). *El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio*. México, D.F.: Mc Graw Hill.
- Álvarez, M. (2007). *Estanques y jardines acuáticos*. Buenos Aires, Argentina : Albatros SACI.
- Bogotá Cómo Vamos. (2017). *Localidades*. Recuperado el 01 de 08 de 2017, de <http://www.bogotacomovamos.org/localidades/usaquen/>
- Botanik. (28 de 06 de 2017). *Home*. Recuperado el 28 de 06 de 2017, de http://www.botanik.co/?gclid=CjwKEAajw4vzKBRct9Zmg8f2blgESJADN5fDgoe8356C6vVgkkmrjyzW2t hRiBAYc2o5waw4EOwZPJhoCfhPw_wcB
- Brunner, S. (07 de 08 de 2014). Fertilización de suelos un 'AS' bajo la tierra. *El Día*. Obtenido de https://www.eldia.com.bo/index.php?cat=409&pla=3&id_articulo=151559
- Cámara de comercio de Bogotá. (12 de 07 de 2017). *Constituya su empresa como persona natural, persona jurídica o establecimiento de comercio*. Recuperado el 12 de 07 de 2017, de <http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-persona-natural-persona-juridica-o-establecimiento-de-comercio>
- Cámara de comercio de Bogotá. (2017). *Pasos para crear una empresa*. Recuperado el 25 de 10 de 2017, de <http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-persona-natural-persona-juridica-o-establecimiento-de-comercio>
- Carpinter, R. (2013). *Internet puede salvar tu empresa... o hundirla*. Barcelona: Gestión 2000.
- Cervantes Flores, M. (11 de 07 de 2017). *Propiedades de los abonos orgánicos*. Recuperado el 11 de 07 de 2017, de www.infoagro.com
- Chan Kim , W., & Mauborgne, R. (2008). *La estrategia del océano azul*. Bogotá: Norma S.A.
- Chavarría, H., & Sepúlveda, S. (2001). *Factores No Economicos De La Competitividad*. IICA.
- Diamante. (2016). *Servicios Complementarios*. Recuperado el 29 de 06 de 2017, de <https://diamante.com.co/servicios-complementarios/>
- Díaz Gavillán , Y. (2001). *Planeación estratégica*. Recuperado el 29 de 07 de 2017, de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/Human/diaz_gy/Cap4.PDF
- Drucker, P. F. (1994). *La Planificación Estratégica*. Obtenido de http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallIG/home_4/mod_virtuales/modulo5/5.2.pdf
- Duque Hoyos, R. (2006). Disciplina, interdisciplina, y transdisciplina - Vínculos y límites. (I. D. Carmona Aranzazu, Ed.) *Escritos*, 14(32), 94-125.
- Empresa Jardineria Integral. (06 de 07 de 2017). *Jardineria*. Recuperado el 06 de 07 de 2017, de http://jardineriaintegral.es/portfolio_page/obra-nueva/

- Escuela de negocios y dirección. (14 de 03 de 2014). *Qué es y para qué sirve Google Trends*. Recuperado de 2017, de <https://br.escueladenegociosydireccion.com/business/marketing-digital/google-trends>, 72
- Fleitman, J. (2000). *Negocios Exitosos*. Mc. Graw Hill. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/laex/loranca_r_ra/capitulo3.pdf
- Flórez Uribe, J. (2012). *Plan de negocio*. Bogotá: Ediciones de la U. Recuperado el 15 de 10 de 2017
- Food and Agriculture Organization of the United Nations,H.A.U. Monro. (1980). *Manual de fumigacion contra insectos*. Italia: Fao.
- Galindo Ruiz, C. J. (2011). *Formulación y evaluación de planes de negocio*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Garcia Sanchez, E., & Valencia Velazco, M. L. (2012). *Planeación estratégica: Teoría y práctica*. México: Trillas. Recuperado el 15 de 10 de 2017
- GC Jardineria Integral. (2013). *Jardineria Interla*. Recuperado el 11 de 07 de 2017, de <http://gcjardineriaintegral.com/?p=12>
- Google Trends. (23 de 10 de 2017). *Google Trends*. Obtenido de <https://trends.google.com/trends/explore?geo=CO&q=jardineria>
- Jardineros Ltda. (28 de 06 de 2017). *Quiénes Somos*. Recuperado el 28 de 06 de 2017, de <http://jardineros.com.co/Nosotros/>
- Koter, P., & Armstrong, G. (2012). *Fundamentos de Marketing*. México: Prentice Hall, copyright.
- Lambing , P., & Kuehl, C. (1998). *Plan de negocio*. Recuperado el 29 de 07 de 2017, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/barrientos_m_e/capitulo2.pdf
- Lauterborn, R. (2008). *Marketing promocional orientado al comercio*. España: Vértice.
- Malhotra, N. (2008). *Investigacion de mercados*. México: Pearson, prentice hall.
- Méndez Pereira, O. (2010). *Guía de arboles y arbustos del campus*. Costa Rica: INBio.
- Ministerio de comercio,industria y turismo. (24 de 02 de 2018). *Empresa Universonal y Sociedades*. Recuperado el 24 de 02 de 2018, de http://www.mincit.gov.co/publicaciones/11417/empresa_unipersonal_y_sociedades
- Mullin, B., Kotler, p., & Stanton, W. (1981). Obtenido de <http://www.efdeportes.com/efd135/marketing-el-plan-de-negocios.htm>
- Ogliastri, E. (s.f.). *Manual de planeación estratégica. Teoria,aplicaciones y casos*.
- Osterwalder, A. (2010). *El modelo canvas*. Recuperado el 14 de 02 de 2018, de <https://books.google.com.co/books?id=tey7DgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Paisajismo Urbano. (10 de 07 de 2017). *Qué es un jardín vertical : Evolución y beneficios*. Recuperado el 10 de 07 de 2017, de <http://www.jardinesverticales.es/que-es-un-jardin-vertical/>
- Parque Real Paisajismo y Jardineria SAS. (28 de 06 de 2017). *Servicios*. Recuperado el 28 de 06 de 2017, de <http://www.parquereal.net/>
- Philip , K., Paul N., B., & Hayes, T. (2002). *El marketing de servicios profesionales*. Barcelona: Paidós.
- Plantas.lapipadelindio. (2008). *Diccionario de jardinería. Glosario de términos de jardinería*. Recuperado el 12 de 07 de 2017, de <http://plantas.lapipadelindio.com/diccionario-de-jardineria>
- Portafolio. (09 de 02 de 2017). Informalidad laboral en Colombia fue de 47,5% en el último trimestre de 2016.
- Porter , M. E. (1985). *Ventaja competitiva*. Recuperado el 11 de 07 de 2017, de <http://www.economia48.com/spa/d/ventaja-competitiva/ventaja-competitiva.htm>
- Probogota. (03 de 10 de 2017). *Generalidades de la localidad*. Obtenido de http://www.probogota.org/n/work/usaquen/?gclid=Cj0KCQjw9uHOBRDtARIsALtCa94z2Jp7oN4nvMaQ9sG1knvI6EV-85MC5iXoSfco3BJvpwbJIrPIgLkaAlwOEALw_wcB

- Revista Dinero. (03 de 03 de 2016). *El comercio electrónico atraviesa su mejor momento en Colombia*. Recuperado el 16 de 10 de 2017, de <http://www.dinero.com/economia/articulo/mercado-del-comercio-electronico-en-colombia-y-el-mundo-2016/220987>
- Ros Orta, S. (2006). *la empresa de jardinería y paisajismo. Mantenimiento y conservación de espacios verdes*. Madrid-Barcelona-Mexico: Ediciones Mundi-Prensa.
- Sanchez Trujillo, J. (28 de 06 de 2016). ¿Por qué fracasan los negocios en Colombia? *Dinero*. Recuperado el 01 de 06 de 2017, de <http://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/por-que-fracasan-los-negocios-en-colombia-por-juliana-sanchez-trujillo/225132>
- Sandhusen L, R. (2002). *Mercadotecnia*. Compañía Editorial Continental.
- Terradas, R. y. (2005). Impermeabilización de edificios: una solución para cada problema. *Arte y cemento*, 60.
- Trespalcios Gutiérrez Juan, V. C. (2005). *Investigación de Mercados*. International Thomson Editores.
- Trujillo, J. (2016). ¿Por qué fracasan los negocios en Colombia? *Revista Dinero* .
- Universidad la Gran Colombia. (2018). *Definiciones de la estructura en investigación*. Universidad la Gran Colombia, Facultad de Economía y administración de empresas, Bogotá D.C.
- William J., S., Etzel , M., & Walker , B. (2004). *Fundamentos de Marketing*. México: Mc Graw-Hill Interamericana.