



UNIVERSIDAD DE LA INTEGRACIÓN DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA Y SEMIPRESENCIAL

LICENCIATURA EN MARKETING

"PORÂSY GARDENING"

Ninfa T. Maldonado Alvarenga

Asunción, Paraguay

Año 2019



Porâsy Gardening xiv

Resumen Ejecutivo

Porâsy Gardening es una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada que inicia sus actividades desde la ciudad de San Lorenzo y dirigiendo su influencia a Asunción y toda el área Metropolitana. Aunque con el avance de la tecnología los límites territoriales no existen, y podrá extender sus servicios por todo el territorio nacional de acuerdo a los requerimientos del cliente.

Son dos fundamentalmente los servicios ofrecidos y proporcionados por la empresa, el servicio de mantenimiento de jardines y el de paisajismo.

En los últimos años se ha dado un notable crecimiento en cuanto a las construcciones en el área Metropolitana, impulsado por capitales tanto nacionales como de inversores extranjeros, además por la flexibilización en los préstamos para la construcción y la adquisición de inmuebles por parte de las entidades bancarias. Todo esto dentro del crecimiento económico que el país ha venido registrando en comparación con otros países de la región y especialmente en este rubro. Las áreas verdes otorgan un valor agregado a cualquier construcción, de allí su importancia.

El servicio de *Porâsy Gardening* tiene incorporado en su esencia el concepto de la belleza a partir de los elementos locales y autóctonos para crear ambientes agradables y que perduren. Además se propone para los espacios reducidos en balcones y terrazas de edificios jardines verticales compuestos de plantas aromáticas y comestibles, lo que da un toque novedoso a la propuesta de servicio y proporciona al cliente un beneficio extra.

Al ser una pequeña y nueva empresa se tiene la ventaja de poder mimetizar en el mercado y lograr alianzas con los productores de plantas ornamentales, los viveristas y los jardineros cuyos recursos estéticos no siempre son suficientes proporcionándoles el soporte de la técnica y el diseño. Además permitirá ofrecer nuestros servicios a grandes constructoras y entidades que contratan servicios tercerizados para paisajismo y jardinería.

El objetivo principal es posicionar nuestra empresa en el mercado como referente principal en cuanto a belleza y delicado servicio.

En cuanto a las estrategias que utilizaremos nuestro producto está dirigido fundamentalmente a un sector específico: personas de clase media a alta con casa propia y que requieran de servicio de jardinería. Se realizó una encuesta en tres colegios de buen nivel de la zona, mediante la cual se colectaron datos de posibles interesados en servicios de jardinería que integrarán la base de datos inicial de la empresa. Se utilizan estrategias de estratificación y fidelización a través del contacto con el cliente y seguimiento de sus necesidades.

En cuanto a los recursos utilizados se cuentan con recursos propios los cuales se pondrán al servicio de la empresa y un fondo de ahorro en Banco para poder solventar los gastos fijos iniciales mediante los cuales iniciará sus actividades la empresa.

El VAN del proyecto es de Gs 37.651.971 con un TIR del 13% lo que demuestra que el proyecto es rentable.

Palabras Clave: Paisajismo, habitad, jardinería, decoración, exteriores.