

**Licenciatura en Marketing**

**Servicio de Hospedaje Temporal  
“Motel MOMENT”**

**Derlis Javier Rojas Chamorro**

**Asunción – Paraguay  
2015**

## INDICE

Denominación	
Tipos de sociedad, Proyecto: Motel Moment.....	7
Paraguay: panorama general	
Economía, Crecimiento.....	8
Inflación, Razones de elección del proyecto.....	9
Objetivos del proyecto, Objetivos generales, Objetivos específicos, Producto.....	10
Localización de Motel MOMENT	
Rango de Edades de los habitantes de la ciudad de Limpio.....	12
Cronograma Tentativo.....	13
Bibliografía.....	13
Capítulo I	
Introducción a la idea del proyecto	
Proyecto: Motel Moment.....	13
Requerimientos Jurídicos	
Nombre o razón social, Tipo de Sociedad.....	16
Constitución jurídica	
Escritura de constitución, Requisitos	
Tiempo de trámites, Costo.....	17
Inscripciones en el registro público de comercio y público de personas jurídicas y asociaciones. Inscripción en el Registro Público de Comercio y en el Registro Público de Personas Jurídicas, Requisitos, Tiempo de trámites, Costo.....	18
Inscripción en la Matrícula de Comerciante	
Requisitos, Tiempo de trámites, Costo.....	14
Rúbrica de los libros contables	
Requisitos, Tiempo de trámites, Costo.....	15
Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda (R.U.C.).	
Requisitos, Tiempo de trámites, Costo.....	16
Apertura en la municipalidad	
Requisitos, Tiempo de trámites, Costo.....	17
Instituto de Previsión Social	
Requisitos, Tiempo de trámites, Costo.....	18
Ministerio de Justicia y Trabajo.	
Requisitos, Tiempo de trámites, Costo.....	19
Dirección de Propiedad Intelectual (registro de marcas).	
Requisitos, Tiempo de trámites, Costo.....	20
Localización de la empresa. (por el método de factores ponderados)	
Zonas de estudio, Tablas de Datos	
Tabla 1: Lugares de estudio	
Tabla 2: Ponderación de los factores	
Tabla 3: Puntaje de delas alternativas.....	21
Tabla 4: Ponderación de los sitios.....	22
Conclusión.....	22

Monto total para la inscripción de la empresa:.....	22
Tabla de anexos:	
Anexo 1. Constitución de la sociedad.....	23
Anexo 2. Inscripción en el Registro Público de Comercio y en el Registro Público de Personas Jurídicas. ....	27
Anexo 3. Inscripción en la Matrícula de Comerciante.....	28
Anexo 4. Nota para rubrica de libros en el registro público de comercio.....	29
Anexo 5. Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda.....	30
Anexo 6. Formularios de la Municipalidad de Limpio.....	35
Anexo 7. Instituto de Previsión Social.....	36
IPS - Formulario Inscripción Patronal.....	38
Anexo 8. Comunicación de entrada del empleado.....	40
Formulario comunicación Entrada empleados y obreros.....	40
Anexo 9. Formulario de inscripción patronal MINISTERIO DE JUSTICIA Y TRABAJO.....	42
Anexo 10. Depósito del capital en el BCP.....	43
Anexo 11. Formulario de Comunicación de Entrada del Trabajador en el Ministerio de Justicia y Trabajo.....	44
Capítulo 2 - IME	
Objetivos de la investigación	
Objetivos generales	
Objetivos específicos.....	47
Análisis de la demanda. ....	47
Objetivos comportamentales y afectivos.....	49
Establecer el/los objetivos de la investigación.	
Objetivos Afectivos.....	49
Objetivos Cognitivos	
Objetivo	
Comportamental.....	50
Objetivos socio demográficos.....	51
Diseño de la Investigación.	
Investigación Exploratoria	
Diseño por fuente de datos	
Investigación Concluyente	
Diseño de Investigación Descriptiva.....	51
Procedimiento de Recolección de Datos	
Preguntas Afectivas.....	52
Preguntas Cognitivas.....	56
Preguntas Comportamentales.....	55
Preguntas sociodemográficas. ....	55
Definición de la Muestra.	
Definir la Población	
Identificar el Marco Muestral	
Determinar el Tamaño de la Muestra	

Calculo de manzanas a encuestar	
Seleccionar un Procedimiento de Muestreo.....	59
Seleccionar la Muestra.....	60
Análisis de Datos.	
Análisis Univariado.....	61
Conclusión.....	68
MES – Marketing Estratégico	
Análisis de la Macro segmentación	
Mercado de Referencia.....	70
Industria.....	72
Mercado.....	72
Producto mercado.....	73
Misión.....	73
Visión.....	74
Análisis de la Micro segmentación.....	74
Análisis del segmento seleccionado	
Análisis cognitivo.	
Análisis del proceso de decisión de compra del consumidor.....	77
Búsqueda de información: .....	78
Evaluación de alternativas:.....	79
Determinación del conjunto evocado.....	79
Decisión de compra:	
Medida de la Respuesta Cognitiva.....	81
Medida de notoriedad.....	81
Tipos de notoriedad.	
Análisis:.....	81
Medidas afectivas.	
Medidas de actitud por el enfoque de composición/ análisis conjunto.	
Modelo disyuntivo.....	82
Modelo disyuntivo	
Modelo lexicográfico.....	82
Posicionamiento.....	83
Medida comportamental.	
Análisis de los hábitos de compra.....	84
Análisis de la demanda.	
Calculo de la demanda.....	85
Cuota de mercado.....	86
Medidas de la cuota de mercado.....	86
Mercado Potencial Absoluto.....	87
Demanda de la empresa.....	88
Plan de Marketing	
Análisis situacional – FODA.....	89
Fortalezas y debilidades de las 7 P’s.....	91
Listado plano.....	94
Cuadro de sumas.....	95

Matriz Foda.....	96
Objetivos del Marketing.....	97
Objetivo 1.....	97
Objetivo 2.....	98
Objetivo 3.....	99
Objetivo 4.....	100
Calculo de costo total.....	101
Imagen Corporativa - Motel Moment	
Elementos primarios de marcas	
El Isologotipo.....	101
Colores Corporativos.....	102
Factura – modelo.....	103
Recibo.....	104
Hoja membretada.....	105
Presupuesto de ventas mensual.....	106
Proyecto de ventas por los siguientes 5 años.....	107
Administración	
Misión	
Visión	
Valores.....	108
Análisis de la Estructura competitividad del sector.....	109
Matriz de Ansoff.....	109
Estructura organizacional.....	109
Organigrama.....	109
Manual de funciones.....	111
Gerencia Administrativa.....	111
Gerencia de Marketing.....	112
Contador.....	113
Auxiliar Contable.....	114
RRHH.....	115
Auxiliar RRHH.....	116
Limpieza.....	117
Fluxograma	
Signos utilizados para la elaboración de Fluxograma.....	119
Fluxograma - Motel Moment.....	120
Resumen de Costos.....	120
Cuadros financieros	
Cuadro 1 - Inversiones.....	121
Cuadro 1 .a - Resumen de Inversiones en Activos Fijos	
Cuadro 1 .b - Resumen de los gastos de pre inversión.....	121
Cuadro 2 - Cronograma de Inversión y Financiamiento	
Cuadro 3 - Depreciaciones y Amortizaciones.....	122
Cuadro 4 - Servicio de Deuda.....	123
Cuadro 5 - Mano de Obra.....	124
Cuadro 6 - Cronograma de Producción y Ventas.....	125

Cuadro 7 - Ingresos por Ventas.....	125
Cuadro 8 - Costos Totales	
Cuadro 9 - Punto de Equilibrio.....	126
Cuadro 10 - Capital de Trabajo	
Cuadro 11 - Estado de Resultados Proyectados con Financiamiento.....	127
Cuadro 12 - Estado de Resultados Proyectados sin Financiamiento	
Cuadro 13 - Flujo de caja Proyectos con Financiamiento.....	128
Cuadro 14 - Flujo de caja Proyectos sin Financiamiento.....	129
Cuadro 15 - Origen y Aplicación de Fondos con Financiamiento.....	129
Cuadro 16 - Origen y Aplicación de Fondos sin Financiamiento.....	130
Cuadro 17- Balances Proyectados con Financiamiento.....	130
Cuadro 18 - Balances Proyectados sin Financiamiento.....	132
Cuadro 19 - Indicadores Financieros.....	134
Tabla de Anexos.	
Anexo 1 - Cuestionario estructurado – Moteles.....	135
Anexo 2 - Codificación - Cuestionario estructurado – Moteles.....	138
Anexo 3 - Grupo Focal.....	140

## INTRODUCCIÓN

### - Nombre: **Motel Moment**

La elección del nombre para el proyecto se llevó a cabo teniendo en cuenta ciertos tip's de estudios realizados por empresas dedicadas al tema, algunos tip's serian,

El nombre ideal acompaña la estrategia de la empresa, es fácil de recordar, es original, es aceptado en varias culturas, es breve (hasta 3 silabas máximo), debe de ser apropiado, debe de ser fácil de escribirlo y deletrearlo, entre otros.

El nombre **Motel MOMENT**, primero, creo que posee todas estas cualidades o cumplen con todos estos tip's que señalan estas empresas especializadas, y segundo y principal motivo es el de que el nombre refleja perfectamente lo que la empresa tiene como propósito que es la de ofrecer momentos únicos para las personas que acudirían al motel.

### - Tipo de sociedad: S.R.L. (Sociedad de Responsabilidad Limitada)

Se decidió hacer un a S.R.L., primero por la poca participación de socios que tendrá la empresa, tampoco se encuentran obligados a la presentación de balances ni tener auditorías internas, ni tampoco requiere un mínimo de capital para iniciar