

**Administración de Empresas**

**Alojamiento Turístico Jardines de Quiindy S.R.L**

**Meiber Fabiola González Hermoza**

**Asunción - Paraguay**

**Año 2018**

## INDICE

Agradecimientos.....	1
Introducción.....	9
Resumen Ejecutivo .....	10
Glosario.....	12
Capítulo I.....	14
1.1 Introducción a la idea de Proyecto. ....	14
Algunos de los servicios que ofreceremos será: .....	14
1.2.1 Nombre o Razón Social. ....	14
1.2.2 Tipo de Sociedad. ....	14
1.2.3 Constitución Jurídica .....	14
Requisitos particulares para Apertura: .....	14
Inscripción en los registros públicos.....	15
Registro Público de Comercio.....	15
Registro Público de Personas Jurídicas.....	17
Inscripción en la Matrícula del Comerciante.....	18
Compra y Rúbrica de Libros Contables.....	18
Libros Contables Obligatorios .....	19
Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (RUC) .....	19
Inscripción en I.P.S .....	20
Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS) .....	21
Dirección de propiedad intelectual (registro de marcas). ....	22
Pasos para registrar una marca .....	22
Macro localización.....	26
Micro localización .....	27
Capitulo II .....	30
2.1 Objetivo General de investigación. ....	30
2.2 Establecer los objetivos específicos de la investigación. ....	30
Objetivos comportamentales.....	30
Objetivos Afectivos.....	31
Objetivo Cognitivo. ....	31
Objetivo Socio-demográfico. ....	32
2.4 Procedimiento de recolección de datos.....	34
2.5 Determinación del plan y tamaño de la muestra.....	38
2.6 Libro de Códigos.....	41
2.7 Análisis de Datos .....	43
2.8 Conclusiones/ Informe .....	54
2.9 Valorizar el costo de la Investigación de Mercados. ....	55
Capítulo III.....	56
3.1 Análisis de la Macro segmentación.....	56
Misión Jardines de Quiindy S.R.L.....	57
Visión Jardines de Quiindy S.R.L.....	57
Valores:.....	57
Análisis de la Micro segmentación.....	58

Ciclo de vida .....	58
Ciclo de vida del Mercado .....	60
3.2 Análisis de la demanda:.....	60
Cálculo de la demanda global: .....	60
Cálculo del mercado potencial Absoluto: .....	61
Cálculo de cuota de mercado.....	61
Plan de ventas.....	62
3.2 Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter.....	64
1- Competencia Potencial .....	64
2- Competencia Actual, Rivalidad entre empresa.....	65
3- Poder de los Proveedores.....	65
4- Poder de Clientes.....	66
5- Productos Sustitutos.....	66
3.5. Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff .....	67
Desarrollo de mercados.....	67
Diversificación .....	67
Desarrollar Productos.....	68
Penetración del mercado.....	68
3.6 Estrategias de Michael Porter.....	69
3.7 Atributos de diferenciación.....	69
Capitulo IV.....	71
4.1 Plan de Marketing .....	71
Las siete P's del Marketing Mix.....	71
4.2 Análisis situacional .....	73
Variables no controlables:.....	73
Análisis FODA .....	74
Fortalezas.....	74
Matriz de interacción .....	75
Matriz Foda .....	78
4.3. Objetivos, estrategias y plan de acción.....	79
4.3.3 Resumen de los Costos.....	82
4.3.4 Proyección anual .....	82
Capitulo V.....	83
5.1 Lineamiento Estratégica:.....	83
5.1.1 Visión.....	83
5.1.2 Misión.....	83
5.2 de Administración: .....	84
Variables Controlables: .....	84
5.2.1 Análisis FODA .....	87
5.2 Layout.....	93
5.3 Estructura Organizacional .....	95
5.3.1 Organigrama.....	95
5.3.2 Manual de funciones.....	101
5.3.4 Manual de Procedimiento.....	117
5.3.5 Fluxograma.....	120

Fluxograma de Limpieza de Bungalós.....	120
Fluxograma Mantenimiento de Jardín.....	121
Fluxograma Paseo por el Jardín .....	122
5.3.6 Recursos Humanos.....	123
5.4 Activo Fijo.....	123
5.5 Estructura de Costos .....	126
5.6 Plan de Cuentas.....	128
Capítulo VI.....	130
6. Indicadores Económicos.....	130
Fluctuación del tipo de cambio.....	131
Comportamiento de la reserva monetaria.....	131
Superávit o déficit Fiscal.....	131
Inflación.....	132
Capitulo VII.....	134
7.1 Cuadros Financieros.....	134
Bibliografía.....	151
Conclusión.....	152
Anexo .....	153
Encuesta .....	153
Estatuto .....	156
Códigos Encuestas.....	163

## RESUMEN

**En el capítulo 1:** se establece la sociedad como una SRL, se adjuntan los procesos de formulación de dicha sociedad para introducirla de forma legal al comercio y también se especifica su ubicación física.

**En el capítulo 2:** como segundo paso se realizan los objetivos generales y específicos para poder realizar la investigación de mercado y comprobar la factibilidad del proyecto y asumir su postura positiva en el mercado utilizando el diseño descriptivo para recolectar los datos en formato de encuesta analizarla y resolviéndola en gráficos y tablas explicativas, la investigación arroja como resultado en un mayor porcentaje que los encuestados utilizan el servicio de alojamiento, buscando siempre comodidad, buena atención.

**En el capítulo 3:** se toma en cuenta en qué posición se encuentra la empresa Jardines de Quiindy en el mercado dentro de la escala de desarrollo y en esta puede asumirse que está en la penetración de mercado, también se analiza la micro segmentación y la macro segmentación para poder determinar la misión y la visión de la empresa junto con la demanda global extraída de los datos del capítulo anterior como de igual manera su mercado potencial, se evalúan las estrategias en base a Porter y Ansoff.

**En el capítulo 4:** se detallan las variables controlables y no controlables como también las 7 Pest para poder realizar la matriz de interacción que conlleva a la matriz foda y de esta misma obtener los objetivos para la proyección de marketing de 1 a 5 años, estos objetivos se desglosan en estrategias y plan de acción que redundara en obtener fidelidad de los clientes a través de un servicio óptimo y prometedor bajo su percepción.

**En el capítulo 5:** como en el capítulo anterior se trata de realizar los objetivos como plan a 5 años, pero del campo administrativo de la empresa, se empieza con el lineamiento estratégico y luego se vuelven a las bases primarias de las variables controlables y no controlables como el paso anterior del capítulo 4, luego de realizar la proyección se establece el organigrama de la empresa, una vista aérea en formato Layout y los procedimientos de cada integrante de la empresa.

**En el capítulo 6:** se toma en cuenta aspectos económicos de nuestro con el fin de establecer una base de los puntos fuertes que se tomaran en cuenta en el desarrollo de este proyecto.

**En el capítulo 7:** se realiza un análisis explícito de todos los datos recolectados puestas en marcha en formato de cuadros financieros que resultaran en la viabilidad técnica y teórica del proyecto desarrollado, los cuadros utilizan valores numéricos exactos extraídos de la investigación utilizados en 17 cuadros.