

Licenciatura en Marketing

**Proyecto Santa Natura Hotel Ecológico en la Ciudad de
Santaní Paraguay 2022**

Luis Enrique Reyes Alvarengo

**Asunción – Paraguay
2022**

ÍNDICE

Agradecimiento	ii
Dedicatoria	iii
Índice	iv
Índice de tablas	ix
Índice de figures	xi
Introducción	12
Resumen Ejecutivo	13
Capítulo 1 – Concepto del negocio	14
Descripción de la empresa	14
Visión	15
Misión	15
Valores	15
Objetivos	15
Objetivo General	15
Objetivos Específicos	15
Macrolocalización	16
Microlocalización	16
Factores Ponderados para la localización	17
Escala	18
Puntuaciones	18
Ventaja Competitiva	18
Capítulo 2- Aspectos jurídicos	20
Proceso de apertura del Negocio	20
Acta de continuación de la Sociedad	21
Para Sociedad de Responsabilidad Limitada	21
Leyes que afectan al Proyecto	26
Plan Fiscal	26
Presupuesto jurídico inicial	27
Gastos de Escribanía	27
Apertura en Municipalidad	28
Libros impositivos y legales	28
Inscripción Registro de Marca	29
Confección de documentos	29
Honorarios profesionales	29
Capítulo 3- Aspectos económicos	31
Tasa de desempleo	31
Producto Interno Bruto – PIB	33
Variación de la Moneda Americana – Dólar	34
Inflación	36
Salario Mínimo	37
Aspectos microeconómicos	38
Capítulo 4- Aspectos administrativos	40
Organigrama Santa Natura Hotel	40

Organigrama según Henry Mintzberg	41
Configuración Estructural	42
Estrategias de Recursos Humanos	43
Proceso de reclutamiento del personal	44
Proceso de selección	44
Contratación	45
Inducción, socialización	45
Adiestramiento – capacitación	45
Política de retiro	46
Manual de organización y funciones	46
Fluxograma del servicio hotelero	49
Capítulo 5- Análisis de Mercado	52
Investigación de Mercado	52
Identificación de la oportunidad de negocio	52
Objetivos	52
Diseño de la investigación	52
Investigación Descriptiva	52
Instrumento para la recolección de Datos	53
Recolección y Tabulación de los datos obtenidos	53
Población de estudio	53
Cálculo de la muestra	53
Análisis e interpretación de resultados	54
Conclusión parcial	61
Valorización económica anual – VEA	62
Promedio de compra anual – PCA	62
Demanda Global – CG	63
Mercado Potencial – MP	63
Mercado Potencial Absoluto – MPA	63
Proyección de Ventas del Proyecto – PVP	63
En guaraníes	64
Principales competidores	64
Análisis de la estructura competitiva del sector modelo Michael Porter	65
Capítulo 6- Plan de Marketing	70
Análisis interno y externo modelo FODA	70
Marketing Estratégico	71
Estrategia Competitiva	72
Marketing Operativo	74
Producto/Servicio	74
Precio	75
Distribución (Plaza)	76
Comunicación (Promoción)	77
Personal	78
Procesos	78
Presencia	79
Marca	79

Distribución (Plaza)	76
Comunicación (Promoción)	77
Personal	78
Procesos	78
Presencia	79
Marca	79
Concepto de la marca	79
Capítulo 7- Aspectos Operacionales	81
Organigrama Productivo	81
Capítulo 8- Responsabilidad Social	83
Responsabilidad Social Interna	83
Responsabilidad Social Externa	83
Desgloses de RSE más relevantes	83
Impacto Ambiental	83
Impacto Socioeconómico	84
Impacto Cultural	84
Capítulo 9- Plan de Expansión	86
Algunos aspectos a incluir en el plan de expansión	86
Algunos aspectos de riesgo de la expiación del negocio	88
Barreras de Salida	90
Capítulo 10- Aspectos Financieros	91
Cuadro de Inversión y Financiamiento	91
Cronograma de Inversión y Financiamiento	92
Cuadro 3 Servicio de la Deuda	93
Cuadro 4 de ventas del proyecto	94
Cuadro Capital de Trabajo Requerido	95
Costos del Proyecto	96
Estructura de costos fijos y variables	97
Mano de obra del proyecto	98
Estado de Resultados Projectados	99
Costo de Oportunidad de Capital (COK)	99
Costo de Oportunidad de capital con financiamiento	99
Calculo del costo promedio ponderado de capital con financiamiento	100
Costo de oportunidad de capital sin financiamiento	100
Cálculo del costo promedio ponderado de capital sin financiamiento	100
Determinación del Índice de Deseabilidad	101
Cálculo de la rentabilidad del proyecto sin financiamiento	102
Cálculo de la rentabilidad del proyecto con financiamiento	103
Cálculo de Depreciaciones amortizadas	104
Fuentes y usos de fondos	105
Punto de equilibrio	106
Balance proyectado	107
Conclusión	108
Bibliografía	109
Anexos	111

RESUMEN

Al culminar la elaboración de este proyecto se evidencia la viabilidad comercial, técnica, administrativa, financiera y jurídica del negocio a emprender.

Se pretende poner en marcha una empresa proveedora de servicio hotelero ecológico rural a través de un establecimiento ubicado en la ciudad de San Estanislao Departamento de San Pedro, Paraguay. Es un proyecto que nace debido una visión centrada en una nueva tendencia de mercado en el sector cual es la de consumir productos y servicios asociados a lo natural, a lo ecológico, con un compromiso de cuidar el medio ambiente no solo del país, sino el planeta.

El comportamiento del mercado de este tipo de servicios, permite observar que es bastante atractivo, y que además es un generador constante de dinero para el país. Así mismo se visualiza que el mercado local es atractivo, tanto así que existen diferentes organizaciones que llegan al país con el objetivo de invertir directamente, mostrándose como una buena oportunidad de negocio.

La empresa se denominará Santa Natura Hotel Ecológico, a ser constituida como una Sociedad de Responsabilidad Limitada S.R.L., donde los socios serán responsables hasta el monto de sus aportes realizados considerando que los costos que generará la misma para su apertura y su mantenimiento, es menor que el de una Sociedad Anónima.