

Administración de Empresas

Agencia de viajes enfocada en ecoturismo y aventura.

MOÑ JAHATA SRL

Agar Noemí Rotela Méndez

Asunción – Paraguay

2017

ÍNDICE

Portada	1
Agradecimiento	2
Dedicatoria	3
Índice	4
Introducción	7
RESUMEN EJECUTIVO	8
CAPITULO 1- Concepto del Negocio	9
1.1 Descripción de la empresa.....	10
1.1.1 Misión.....	11
1.1.2 Visión.....	12
1.1.3 Valores.	13
1.2 Objetivos.....	14
1.2.1 General.....	14
1.2.1 Específicos.....	14
1.3 Localización	15
1.3.1 Macro localización	16
1.3.2 Micro localización.	17
1.4 Método de los factores ponderados.....	18
1.5 Ventaja competitiva	20
CAPITULO 2- ASPECTOS JURÍDICOS	21
a) Proceso de apertura del Negocio.....	22
b) Acta de constitución de la Sociedad.....	23
c) Leyes que afectan al Proyecto.	27
d) Plan Fiscal.	27
e) Presupuesto jurídico inicial.	28
CAPÍTULO 3 – ASPECTOS ECONÓMICOS. Macroeconomía	30
Tasa de desempleo.....	32
Producto Interno Bruto (PIB).	33
Variación del dólar.	35
Tasa de Inflación.	38
Variación del salario mínimo.	39
a. Microeconomía	41
Elasticidad de Oferta.	41
Elasticidad de la Demanda.	42
CAPÍTULO 4 – ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	44
a. Estructura organizativa	45
Organigrama General	46
Organigrama según Henry Mintzberg.	47
b. Las Configuraciones Estructurales según Henry Mintzberg	49
b. Estrategias de recursos humanos	51
g. Manual de Organización y Funciones	56
h. Manual de Procedimientos	59
i. Fluxograma	61

j. Layout.	65
k. Definiciones básicas de contabilidad:.....	66
CAPÍTULO 5 – ANÁLISIS DE MERCADO.	68
I) Investigación de mercado.	69
a. Identificar y definir el problema u oportunidad.	69
b. Establecer los objetivos de la investigación de mercado.	69
c. Diseño de la investigación.....	71
d. Método de recolección, procesamiento y análisis de datos.....	72
e. Diseñar la muestra.....	78
f. Recolectar los datos.....	82
g. Procesar los datos.....	91
h. Analizar los datos.....	94
i. Resultado de la investigación.....	109
II) Principales competidores.	110
III) Análisis de la estructura competitiva del sector (Michael Porter).	111
CAPÍTULO 6 – PLAN DE MARKETING.	116
I) Análisis FODA.	117
II) Marketing Estratégico.	122
a. Estrategias según Igor Ansoff	122
b. Estrategias según Michael Porter	125
III) Marketing Operativo.	127
1. Producto/ Servicio.	127
2. Precio.	142
3. Plaza.....	143
4. Promoción	143
5. Personas.....	145
6. Proceso.....	145
7. Presencia (evidencia) física.....	146
Capítulo 7 – Aspectos Operacionales.	147
I. Organigrama del sector de servicio.	148
II. Proceso de servicio y actividades	152
III. Principales proveedores.	163
CAPÍTULO 8 – RESPONSABILIDAD SOCIAL	168
I) Impacto ambiental.	170
II) Impacto socioeconómico.	173
III) Impacto cultural	173
IV) Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto.	174
CAPÍTULO 9 – PLAN DE EXPANSIÓN.	175
I) Riesgos internos de expansión.	177
II) Riesgos externos de expansión.	178
III) Barreras de salida.	179
CAPÍTULO 10 – ASPECTOS FINANCIEROS.	180
CONCLUSION.	196
ANEXOS Y APÉNDICES.	198
BIBLIOGRAFÍA.	219

RESUMEN

El plan de negocio realizado implementa diferentes aspectos, cuyo propósito es la demostración de dicha oportunidad y atractividad que representa esta agencia de viajes enfocada en Ecoturismo y Aventura en el país.

Mencionando los puntos considerables a tratar se encuentra método de ponderación en cuanto a la Ubicación Estratégica es puntuada con estándares de calificación para su elección, investigación del mercado para el análisis de la aceptación del servicio en el mercado, planteamiento de estrategias según Ansoff y Porter, además de la utilización del marketing mix para una mejor visión y enfoque de dicha agencia.

Los diferentes aspectos importantes que se puede observar en relación al estudio jurídico y operativo que sirve para el conocimiento de las barreras de entrada y salida que se debe atender, así también, el estudio de impacto social, ambiental, económicos, en presencia a los riesgos eminentes que se detallara su relación como una evaluación a este plan de negocio al estudio económico que con lleva a formalizar una totalidad de elementos esenciales para la determinación de factibilidad del negocio