

Licenciatura en Turismo y Hotelería

“Hotel “Arandú” en la ciudad de Asunción”

Alumna:

Ranyen Araceli Ramírez López

SAN LORENZO – PARAGUAY

2021

ÍNDICE

Introducción.....	14
CAPÍTULO I.....	19
1. La propuesta.....	19
1.1. Título: Alojamiento hotelero	19
1.2. Subtítulo: Hotel Arandú en la ciudad de Asunción departamento central....	19
1.3. Identificación y naturaleza del proyecto.....	19
1.4. Objetivo General.....	21
1.5. Objetivos Específicos	21
1.6. Ubicación y cobertura del proyecto	22
CAPÍTULO II.....	25
2. Marco teórico y documental	25
2.1. Turismo.....	25
2.2. Sistema Turístico	25
2.2.1. Elementos del sistema turístico	26
2.3. Origen y evolución del turismo	28
2.3.1. Origen y evolución en Paraguay.....	29
2.4. Clasificación del turismo	30
2.4.1. Según el ámbito geográfico	30
2.4.2. Por su organización.....	30
2.4.3. Por su duración	30
2.4.4. Según la escala de viaje	30
2.4.5. Otras formas.....	31
2.5. Otras clasificaciones de turismo	31
2.5.1. Turismo de esparcimiento:	31
2.5.2. Turismo cultural:	31
2.5.3. Turismo deportivo:	31
2.5.4. Turismo de naturaleza.....	31
2.5.5. Turismo de reuniones (ahora llamado industria de reuniones):.....	31
2.5.6. Turismo de salud.....	32
2.5.7. Turismo Gastronómico	32
2.5.8. Bistró	32
2.1. Alojamiento turístico	34
2.1.1. Alojamiento Hotelero	34
2.2. Marco Documental	39
2.2.1. SENATUR.....	39
2.2.2. REGISTUR.....	39
2.2.3. Asociación Industrial Hotelera del Paraguay - AIHPY	40
CAPÍTULO III	42
3. Diagnóstico Sectorial.....	42
3.1. Paraguay	42
3.1.1. Geografía	42
3.1.2. Condiciones variables de la naturaleza.....	44
3.2. Ciudad de Asunción.....	47
3.2.1. Aspectos Geográficos	47

3.2.2.	Condiciones variables de la naturaleza.....	48
3.2.3.	Aspectos Socio – Culturales	50
3.2.4.	Diagnóstico de la economía del municipio.....	51
3.2.5.	Diagnóstico de los recursos turísticos	52
3.2.1.	Diagnóstico de los servicios turísticos.....	62
3.2.2.	Infraestructura turística.....	67
3.2.3.	Proyectos turísticos.....	70
3.2.4.	Diagnóstico del entorno.....	71
CAPÍTULO IV		73
4.	Análisis administrativo	73
4.1.	Denominación y naturaleza de la entidad.....	73
4.2.	Misión.....	74
4.3.	Visión.....	74
CAPÍTULO V		81
5.	Análisis Técnico – Operativo	81
5.1.	Organigrama de la empresa	81
Ilustración 1. Organigrama del Hotel Arandú S.R.L.....		81
5.2.	Perfil del personal requerido y manual de funciones.....	82
5.3.	Cantidad de personal requerido	105
5.4.	Manual de Procedimientos Operativos.....	107
5.5.	Cálculo de capacidad de carga operativa.....	112
CAPÍTULO VI		114
6.	Análisis Jurídico	114
Tramites de formalización y apertura para una S.R.L.....		114
Inscripción en el Registro Único Contribuyente (RUC)		115
Patente Comercial.....		115
Inscripción en el Instituto de Previsión Social I.P.S		116
Inscripción en el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social		116
Registro de Marca DINAPI		117
Leyes y Resoluciones		119
Ley N° 213/93 Código del Trabajo		119
Ley Nro. 1034/83 del Comerciante		119
Ley N° 1328 De Derechos de Autor y Derechos Conexos		119
Ley N° 294 Evaluación de impacto ambiental		121
Ley 2828/05 Del Turismo		126
Resolución N°332/10.....		127
Resolución N° 956/2017.....		127
CAPÍTULO VII.....		131
7.	Análisis de Ingeniería	131
7.1.	Infraestructura y Estilo	131
7.3	Capacidad de carga	135
CAPÍTULO VIII		138
8.	Listado de equipamiento.....	138
CAPÍTULO IX		143
9.	Análisis de Sustentabilidad.....	143
9.1.	Impacto Ambiental	143

Capacidad de carga.....	145
9.2. Impacto Sociocultural.....	146
9.3. Impacto Económico.....	147
9.4. Política de sostenibilidad y buenas prácticas.....	148
CAPÍTULO X.....	155
10. Análisis de Marketing.....	155
10.1. Análisis Económico.....	155
10.1.1. Microeconomía.....	158
Precio.....	158
10.2. Investigación de mercado.....	161
10.2.1. Identificar y definir del problema.....	161
10.1.1. Objetivos de la Investigación de Mercado.....	161
10.1.2. Diseño de la investigación.....	161
10.1.3. Método de recolección, procesamiento y análisis de datos.....	161
10.1.1. Diseño de muestra.....	162
10.1.1. Procesamiento de datos.....	165
10.1.2. Resultado de la investigación.....	179
10.2. Plan de Marketing.....	180
10.2.1. Pensamiento estratégico de la localización y el negocio.....	180
10.2.2. Tendencias de consumo del sector.....	181
10.2.3. Determinación de la demanda Total:.....	181
Demanda Real:.....	181
Demanda Aparente.....	182
10.2.4. Definición del negocio.....	182
10.2.5. Segmento del mercado.....	182
10.2.6. Perfil del cliente.....	183
10.2.7. Marketing Mix.....	183
Precio.....	184
Plaza.....	185
Publicidad/Promoción.....	185
10.2.8. Imagen de marca.....	187
10.2.9. Competidores.....	188
Directos.....	188
Indirectos.....	188
Puntos fuertes y débiles de los competidores.....	188
10.3. Estructura competitiva.....	190
10.3.1. Análisis del perfil competitivo del sector.....	190
10.4. Estrategias.....	194
10.4.1. Estrategias de Ansoff.....	194
10.4.2. Estrategias de Porter.....	194
10.4.3. Cadena de valor.....	195
10.4.4. Análisis FODA.....	199
10.4.5. Matriz FODA.....	200
CAPITULO XI.....	202
10.4.6. Análisis económico financiero.....	202
Conclusión.....	213

Glosario	214
Anexos	216
Bibliografía.....	220

RESUMEN EJECUTIVO

El hotel estará ubicado en la ciudad de Asunción Departamento Central del Paraguay sobre las avenidas más importantes, prestigiosas y con mayor plusvalía de la ciudad, situada sobre la Avenida Santa Teresa esquina Gumersindo Sosa barrio Ycuá Satí, actualmente en el terreno hay una casa que será demolido a fin de construir el hotel.

Los barrios que atraviesa son: San Jorge, Ytay y Santa María; y la avenida que corta es Avenida Madame Lynch, al noroeste avenida Aviadores del Chaco y a la Sureste calle Cnel. Francisco Martínez, a 800 metros de conocido shopping Paseo la Galería. La propuesta consiste en la implementación de un establecimiento hotelero dirigido a huéspedes ejecutivos y/o de negocios como a cualquier tipo de viajero que buscan una experiencia con el uso de la tecnología y el confort, en un ambiente sofisticado rodeado de naturaleza, cada ambiente del hotel tendrá un toque delicado y sencillo que se adapta al ocio, pero que también reserva el espacio al encuentro de negocios.

El hotel estará ubicado en la ciudad de Asunción, específicamente en el barrio Santa Teresa.

La estructura del hotel será de una construcción nueva que contará con 2 pisos, con un total de 12 habitaciones dobles y 1 loft triple, con una capacidad total de 27 huéspedes, la arquitectura tendrá como pilar al entorno natural, aprovechando así la utilización máxima de la luz natural y la vista verde, todos los pisos del hotel serán con vista al patio, jardín y la piscina.

En cuanto a la distribución de las habitaciones serán como sigue: 6 habitaciones standard, 2 habitaciones Premium, 2 Junior Suite, 2 Suite Presidencial y 1 loft triple.

Todas las habitaciones contarán con insonorización, aire acondicionado, un balcón con vista al jardín, Smart TV de 40", WiFi, baño privado con bañera, frigo bar, caja fuerte, secador de pelo, artículos de aseo y el servicio de desayuno ya está incluido en la tarifa. Además el hotel contará con una pequeño Resto - Bar para complementar el servicio de hospedaje.

A partir de la evaluación financiera se establece que el presupuesto de inversión, monto que asciende en Gs 3.422.007.060

Como fuente de financiamiento se tiene un capital propio de un total de Gs 2.822.007.060 lo equivalente al 82,47%, como también se llevará a cabo un préstamo del Banco Continental de Gs 600.000.000 lo equivalente a 17,53%, dicho préstamo es realizado bajo la tasa de interés de 21,94% anual a ser pagados en un plazo de 10 años.

Por otro lado, la utilidad se demuestra:

Por su parte, la evaluación económica dio como resultado la tasa interna de retorno (TIR) equivalente al 16,48%, el Valor Actual Neto (VAN) es igual a Gs 3.897.863.214 y el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) es de 4 años.

Por otro lado, la rentabilidad financiera nos da los siguientes datos; Tasa Interna de Retorno (TIR) 34,21%, el Valor Actual Neto (VAN) igual a Gs 3.456.030.184 y el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) es de 4 años; con esto se establece la viabilidad y factibilidad del proyecto, y tenemos como conclusión que es una inversión que certifica el retorno del capital invertido, alcanzando la rentabilidad esperada.