

Ciencias Contables y Administrativas

ANCA MOTEL
¡Un lugar diferente!

Alumnos:
Lorena Aveiro
Gerardo Pérez

Asunción - Paraguay
2018

INDICE

Agradecimientos.....	10
Introducción	11
Capítulo I: Capítulo Jurídico.....	12
Introducción A La Idea De Negocio.	13
Nombre O Razón Social.....	14
Tipo De Sociedad	14
Constitución Jurídica:.....	14
Escritura De Constitución.....	14
Inscripciones Registro Público De Comercio Y De Personas Jurídicas Y Asociaciones	15
Matricula Del Comerciante	16
Compra Y Rubrica De Libros Contables.....	17
Inscripción En La Dirección De Apoyo Del Ministerio De Hacienda (R.U.C.).....	19
Apertura En La Municipalidad Involucrada.....	22
Instituto De Previsión Social (I.P.S.).....	23
Ministerio Trabajo, Empleo Y Seguridad Social.....	24
Dirección De Propiedad Intelectual (Registro De Marcas).....	26
Resumen De Gastos	28
Métodos De Los Factores Ponderados:.....	28
Capítulo II: Investigación De Mercado.....	30
Investigación De Mercado	31
Objetivos Generales Del Plan De Negocios:.....	31
Diseño De Investigación Y Fuente De Datos.	33
Desarrollo De Procedimiento De Recolección De Datos.....	35
Determinar La Muestra.....	42
Recolección De Datos	46
Procesamiento De Datos.....	49
Análisis De Datos.....	52
Informe Final.	69
Conclusión Ime	70
Valorizar El Costo De La Investigación De Mercados.....	71
Capítulo III: Lineamiento Estratégico	72
Análisis De Macro Segmentación.....	73
Misión – Visión De La Empresa “Anca Motel S.R.L”	73
Análisis De La Micro Segmentación	74
Tipos De Micro Segmentación.....	75
Marco Muestral.	76
Ciclo De Vida.....	76
Definiciones De Las Etapas Del Ciclo De Vida.....	77
Ciclo De Vida A Través De Las Etapas.....	78
Análisis De La Demanda.....	81
Demanda Global.	81

Mercado Potencial.....	82
Mercado Potencial Absoluto	83
Cuota De Mercado.....	83
Grafico Demostrativo Demanda Global – Mercado Potencial Absoluto	85
Horizonte Del Proyecto.....	86
Ventas Del Primer Año	86
Análisis De Las Cinco Fuerzas Competitivas De Porter.....	87
1- Poder De Negociación De Los Clientes:	88
2- Rivalidad Entre Las Empresas.	88
3- Amenazas De Los Nuevos Entrantes.	89
4- Poder De Negociación De Proveedores.....	90
5- Amenazas De Productos Sustitutos.....	91
Cuadro Resumen De Las Fuerzas Competitivas De Porter.....	92
Evaluación De La Estrategia De La Matriz Ansoft.....	92
<input type="checkbox"/> Penetración Del Mercado	92
<input type="checkbox"/> Desarrollo De Nuevos Productos.....	93
<input type="checkbox"/> Desarrollo De Nuevos Mercados:	93
<input type="checkbox"/> Diversificación:	93
Atributos De Diferenciación “Anca Motel”:	94
Existen Tres Razones Básicas Para Diferenciar Productos	94
Principales Factores De Diferenciación De Productos	95
Atributos De Diferenciación Según Los Encuestados	95
Capitulo IV: Plan De Marketing	97
Foda.....	98
Matriz Foda – Plan De Marketing.....	99
Definición Del Servicio.....	100
Objetivos “Anca Motel”.....	100
Estrategias:	100
7 P’S Del Marketing	102
Producto:.....	102
Precio:.....	104
Plaza:	106
Promoción:.....	106
People (Gente):.....	107
Proceso.....	108
Physical Evidencie (Evidencia Física)	109
Costos Que Incurrir En La Implementación – Cuadro Plan De Marketing	110
Proyección A 5 Años Del Plan De Marketing	110
Capítulo V: Plan De Administración	111
Administración.....	112
Variables Controlables	112
Definición De Costo	112
Variación De Costos.....	113

Relación Factores De Producción Y Productos	113
Definición De Entrega	115
Definición De Eficiencia Productiva.....	115
Variables No Controlables:	116
Definición De Entorno Económico	116
Definición De Proveedores.....	116
Listado Plano.....	117
Fortalezas.....	117
Debilidades.....	118
Oportunidades.....	118
Amenazas.....	118
Definición De Fortalezas.....	118
Definición De Debilidades	119
Definición De Oportunidades.....	119
Definición De Amenazas.....	119
Matriz De Interaccion.....	119
Matriz Foda - Administración.....	121
Objetivos.....	122
Estrategias	122
Objetivo N. ° 1. Mejorar La Negociación Con Los Proveedores.	122
Recursos Humanos.....	122
Objetivo N. ° 2. Estipular A Los Proveedores Una Fecha De Entrega Adecuada De Insumos.....	123
Objetivo N. ° 3. Seleccionar A Proveedores Que Cumplan Con La Calidad Del Producto, Capacidad De Cumplir Con Las Entregas, Precio, Etc.	123
Objetivo N. ° 4. Contar Con Anuncios Publicitarios De Los Proveedores.....	124
Plan De Acción.....	125
Cronograma De Tiempo De Ejecución	125
Costos Que Incurrir En La Implementación – Plan De Administración.....	125
Proyección A 5 Años Del Plan De Administración.	125
Cuadro De Activos:.....	126
Estructura Organizacional.....	127
Organigrama “Anca Motel” S.R.L.....	127
¿Qué Es Un Organigrama?.....	127
Partes Funcionales De La Organización, Según El Criterio De Henry Mintzberg.	128
Ápice Estratégico.....	128
Núcleo De Operaciones.....	128
Línea Intermedia.....	128
Staff De Apoyo.....	128
Tecno Estructura.....	129
Configuraciones Estructurales Según Henry Mintzberg.....	129
La Estructura Simple	129
La Organización Divisional.....	129

La Adhocracia.....	129
La Burocracia Maquinal	130
La Burocracia Profesional	130
Layout:	131
Descripción Gráfica De La Disposición Física De La Planta Y/O Oficina.....	131
Manual De Funciones.	134
Manual De Procedimientos - Motel “Anca S.R.L”.....	150
Fluxogramas.....	156
Recursos Humanos.....	159
Análisis De Estructura De Costos.....	160
Cálculos De Los Servicios Públicos.....	160
Calculo De Costo De Las Mercaderías Varias.....	161
Calculo Del Costo De Productos Varios.	164
Plan De Cuentas “Anca Motel” S.R.L.	172
Capítulo VI: Capitulo Económico	176
Economía Del Paraguay.....	177
Poder Ejecutivo.....	178
Poder Legislativo.....	179
Poder Judicial	179
Producto Interno Bruto	180
Balanza Comercial (Importación/Exportaciones)	181
Fluctuación Del Tipo De Cambio.....	182
Inflación.....	184
Cuadros Financieros.....	186
Conclusión	208
Recomendaciones	209
Bibliografía	210

INTRODUCCIÓN

Dando inicio al trabajo, podemos decir que los moteles son un tipo de hotel de carretera destinado principalmente a dar alojamiento y reposo a los conductores durante largos viajes. Además, se ve favorecido por unos precios considerablemente bajos que, en un hotel, ya que sus habitaciones pueden alquilarse por horas.

Por esta razón los moteles han evolucionado hasta llegar a diferenciarse en dos tipos básicos. Por un lado, se encuentra aquellos en los que se mantiene su función de reposo, lo cual hay que decir que en la actualidad se ve muy poco; por otro lado, están los moteles que ofrecen la posibilidad de “alquilar” sus habitaciones por horas, lo cual proporciona que los moteles en la actualidad se encuentren en el centro mismo de las ciudades.

Siguiendo con la actualidad, los moteles son muy populares hoy en día, debido a que las personas que desean tener intimidad utilizan bastante el servicio que se ofrece en los moteles, y esto es, por el precio, que se considera económico; porque se puede alquilar por horas, como mencionamos más arriba; y lo que es más importante es que las personas que ingresan acceden directamente a las habitaciones manteniendo la privacidad total sin ser reconocidos por los trabajadores de los moteles. Para tener un negocio de este tipo, es muy importante trabajar con rapidez, dejar muy limpio y desinfectar las habitaciones después de ser utilizadas para generar una buena imagen, delicadeza; así las personas tendrán una buena experiencia y desearán frecuentar el motel más a menudo.