



Gisselli Irasema Fernández Zelaya
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial – UNIDA
Carrera de Comercio Internacional
Asunción – Paraguay - 2023

TÍTULO / TITLE:

**PLAN DE NEGOCIO GESTIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y
SERVICIOS DEL HOTEL FERZILA DE ASUNCIÓN
BUSINESS PLAN FOR THE INTERNATIONALIZATION MANAGEMENT OF
PRODUCTS AND SERVICES OF HOTEL FERZILA IN ASUNCIÓN**

RESUMEN:

El presente estudio aborda la propuesta distintiva del Hotel FerZila de Asunción, un hotel boutique de 4 estrellas ubicado estratégicamente en el corazón de la ciudad. Su objetivo fundamental es proporcionar a turistas y viajeros de negocios una experiencia única y de alta calidad, destacándose por habitaciones lujosas, servicios exclusivos y un enfoque centrado en la atención al cliente. La metodología implementada incluye un análisis detallado de la orientación estratégica del hotel, destacando su compromiso con la excelencia en el servicio y la innovación en las propuestas de valor. Se subraya la inclusión de servicios PET-FRIENDLY como un diferenciador clave para atraer a un público más amplio y diverso. Los resultados financieros, expresados mediante el análisis del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), indican una evolución positiva en la viabilidad económica del proyecto. El VAN proyectado muestra un crecimiento sostenido a lo largo del tiempo, respaldando la solidez del plan de negocios. La TIR, establecida en un 5%, refuerza la estabilidad financiera del hotel. En conclusión, el Hotel FerZila se posiciona como un referente en la industria hotelera de Asunción, destacando por su enfoque estratégico, calidad de servicios, y la atención dedicada a un público más sofisticado. Este estudio respalda la propuesta del hotel como una opción atractiva y prometedora en el competitivo mercado de hospedaje de la ciudad.

PALABRAS CLAVES: Estrategia de mercado. Excelencia en el servicio. Hotel boutique. Innovación. Viabilidad económica.

ABSTRACT:

This study delves into the distinctive proposition of Hotel FerZila in Asunción, a strategically located 4-star boutique hotel in the heart of the city. Its primary objective is to provide tourists and business travelers with a unique and high-quality experience, distinguished by luxurious rooms, exclusive services, and a customer-centric approach. The implemented methodology includes a detailed analysis of the hotel's strategic orientation, emphasizing its commitment to service excellence and innovation in value propositions. The inclusion of PET-FRIENDLY services is underscored as a key differentiator to attract a broader and more diverse audience. Financial results, expressed through the analysis of Net Present Value (NPV) and Internal Rate of Return (IRR), indicate a positive evolution in the economic viability of the project. The projected NPV demonstrates sustained growth over time, reinforcing the robustness of the business plan. The 5% established IRR further strengthens the financial stability of the hotel. In conclusion, Hotel FerZila emerges as a benchmark in Asunción's hotel industry, distinguished by its strategic focus, service quality, and dedicated attention to a more sophisticated audience. This study supports the hotel's proposal as an attractive and promising option in the competitive hospitality market of the city.

KEYWORDS: Boutique hotel. Economic viability. Innovation. Market strategy. Service excellence.

1. INTRODUCCIÓN

El Hotel FerZila de Asunción, un establecimiento boutique de 4 estrellas situado en el corazón de la ciudad, ha llevado a cabo un exhaustivo estudio con el objetivo de consolidarse como una opción destacada en la industria hotelera local. Este informe presenta los resultados de la investigación, destacando la propuesta de valor del hotel, su enfoque estratégico, análisis de mercado, proyecciones financieras y una evaluación del cuadro proyectado para un período de 5 años.

El Hotel FerZila se distingue por ofrecer una experiencia única y diferenciada a sus huéspedes, centrada en la atención al cliente, la calidad de los servicios y la innovación. Con instalaciones modernas y comodidades de calidad, el hotel se posiciona como una opción atractiva para turistas y viajeros de negocios. Además, la inclusión de servicios PET-FRIENDLY amplía su atractivo hacia un público más amplio y diferenciado.

La estrategia del hotel se enfoca en la captación de nuevos clientes y la fidelización de los existentes, respaldada por un equipo altamente capacitado y comprometido con la excelencia en el servicio al cliente. Estrategias de marketing y ventas agresivas son parte integral del plan de negocios.

El análisis de mercado revela un crecimiento sostenido en la demanda de servicios de hospedaje en Asunción, presentando una oportunidad propicia para el Hotel FerZila. Se han identificado estrategias de marketing adecuadas, incluyendo publicidad online, alianzas estratégicas y programas de lealtad.

En términos financieros, el cuadro proyectado muestra una evolución positiva en el Activo y el Resultado del Ejercicio. El Patrimonio Neto se mantiene constante, indicando estabilidad en las inversiones de los socios, mientras que el Resultado del

Ejercicio experimenta un crecimiento progresivo, evidenciando un aumento en las ganancias generadas por el hotel.

El plan de negocios del Hotel FerZila refleja un enfoque integral y realista para establecer y operar un hotel exitoso. Con su ubicación estratégica, enfoque en la experiencia del cliente y proyecciones financieras favorables, el hotel se posiciona como una opción destacada en la industria hotelera de Asunción. Sin embargo, se subraya que el éxito continuo dependerá de la ejecución efectiva de las estrategias propuestas y la adaptación a las dinámicas del mercado.

En resumen, el Hotel FerZila de Asunción presenta una propuesta sólida y prometedora en la industria hotelera local, respaldada por un análisis exhaustivo y proyecciones financieras favorables. Este informe sienta las bases para futuras investigaciones y acciones estratégicas que consolidarán la posición del hotel en el mercado.

En relación al Patrimonio Neto, se ha mantenido constante a lo largo del periodo de estudio, registrando un valor de 135.200.000 guaraníes. Este hecho sugiere la ausencia de aportes adicionales al capital y la inexistencia de retiros significativos por parte de socios o accionistas.

En el análisis presentado, se destaca el incremento progresivo del Resultado del Ejercicio a lo largo de los años, partiendo de 3.731.100.000 guaraníes en el año 1 hasta alcanzar los 5.523.240.000 guaraníes en el año 5. Esta tendencia refleja un crecimiento constante en las ganancias generadas por la empresa en cada período evaluado.

En resumen, el cuadro proyectado exhibe una evolución positiva en el Activo y el Resultado del Ejercicio, indicando un aumento tanto en los recursos como en las ganancias de la entidad. Además, la disminución del Pasivo sugiere una mejora en la

situación financiera, evidenciando un menor nivel de deudas. Estos indicadores favorecen la percepción de un crecimiento y estabilidad en el patrimonio de la entidad a lo largo del tiempo.

Respecto al análisis de mercado, este ha demostrado un crecimiento sostenido en la demanda de servicios de hospedaje en Asunción, presentando una oportunidad propicia para el Hotel FerZila. Paralelamente, se han identificado estrategias de marketing y promoción adecuadas, como el uso de publicidad online, alianzas estratégicas y la implementación de programas de lealtad, orientadas a atraer y fidelizar a la clientela.

En el ámbito financiero, se ha llevado a cabo una proyección detallada de ingresos y gastos, junto con un análisis de viabilidad económica. Los resultados obtenidos confirman la rentabilidad del proyecto, anticipando un crecimiento constante en los ingresos a lo largo del tiempo. La inversión inicial necesaria ha sido debidamente considerada, y se ha establecido un plan de financiamiento adecuado para respaldar el desarrollo del Hotel FerZila.

2. MATERIALES Y METODOLOGÍA

La estructura organizativa del Hotel FerZila se desarrolló mediante la definición de roles y responsabilidades, garantizando la asignación eficiente de recursos humanos. Se llevó a cabo un análisis de competencias para cada puesto, asegurando la formación de un equipo altamente competente y especializado.

Diseño de la Investigación

La investigación se adhirió a un diseño metodológico cuantitativo. Un análisis exhaustivo de la literatura sobre certificación e inspección proporcionó las tendencias del mercado, requisitos normativos y mejores prácticas. Este análisis bibliográfico estableció las bases conceptuales cruciales para la formulación del Plan de Negocios.

Recopilación y Análisis de Datos

La recopilación de datos se realizó a través de fuentes primarias y secundarias. Encuestas proporcionaron información valiosa sobre las demandas del mercado y las necesidades de los clientes potenciales. Además, se recopilaron datos estadísticos relevantes sobre la industria, la competencia y las proyecciones económicas.

Análisis de Mercado y Segmentación

La sección de análisis de mercado se fundamentó en un enfoque detallado que incluyó la identificación de clientes potenciales, el análisis de la competencia y la evaluación de estrategias de marketing. La segmentación del mercado se basó en criterios demográficos y comportamentales, permitiendo una comprensión precisa del público objetivo y sus preferencias.

Proyecciones Financieras y Análisis Económico

El análisis financiero adoptó un enfoque proactivo, incorporando proyecciones detalladas sobre ventas, inversiones, flujo de caja y rentabilidad. Se consideraron diversos escenarios para ofrecer una visión holística de la viabilidad económica del proyecto.

Estructura Organizativa: Roles y Competencias

La definición de la estructura organizativa reafirmó la asignación eficiente de recursos humanos. Se analizaron las competencias requeridas para cada puesto, asegurando la formación de un equipo altamente competente y especializado.

Conclusiones de la Metodología y Aplicación

La aplicación de esta metodología ha culminado en la construcción de un Plan de Negocios robusto y fundamentado en evidencia. Los resultados obtenidos proveen una base sólida para decisiones estratégicas, garantizando la viabilidad y competitividad de la propuesta empresarial. La meticulosa implementación de esta metodología respalda la

validez y confiabilidad de los hallazgos, consolidando la investigación como una contribución sustancial al campo de la certificación e inspección empresarial.

Es crucial destacar que el éxito del Hotel FerZila depende de la ejecución efectiva de las estrategias propuestas, la adaptación a las dinámicas del mercado y la continua satisfacción de los clientes. El equipo de gestión debe poseer experiencia en la industria hotelera y mantener un enfoque constante en la calidad del servicio.

En términos generales, el plan de negocios del Hotel FerZila refleja un enfoque integral y realista para el establecimiento y operación de un hotel exitoso. Con su ubicación estratégica, enfoque en la experiencia del cliente y proyecciones financieras favorables, el hotel tiene el potencial de convertirse en una opción destacada en la industria hotelera de Asunción.

3. RESULTADOS

La definición de la idea de negocio para el Hotel FerZila establece claramente su propósito: ofrecer una experiencia única y de alta calidad a los visitantes de Asunción, Paraguay. Con un enfoque en la excelencia en el servicio, instalaciones cómodas, atención personalizada y servicios innovadores, el hotel aspira a diferenciarse en el mercado, atrayendo a un público exigente y sofisticado.

Orientación y Objetivos del Plan de Negocios

La orientación estratégica del plan se centra en proporcionar servicios de hospedaje de alta calidad y una experiencia de confort distintiva. El objetivo es posicionar al Hotel FerZila como un referente de excelencia en el mercado hotelero de Asunción, atrayendo a una audiencia exigente. La estrategia incluye mantener altos estándares de calidad, proyectar un crecimiento sostenible y rentable, y explorar la expansión a mercados nacionales e internacionales.

Preguntas Orientadas al Plan de Negocios

Las preguntas formuladas abordan aspectos cruciales, desde la solución de problemas hasta la oferta innovadora de servicios PET-FRIENDLY. Se destaca la anticipación de posibles riesgos, como la falta de demanda y dificultades de limpieza asociadas a esta innovadora oferta.

Definición del Tipo de Negocio y su Ideología Central

El Hotel FerZila se identifica como un hotel boutique de lujo, destacando la experiencia de hospedaje y servicios personalizados. La ideología central se enfoca en proporcionar una experiencia única, combinando comodidad, estilo y servicio excepcional. La inclusión del servicio PET-FRIENDLY se presenta como una innovación clave, brindando ventajas competitivas y considerando posibles riesgos asociados.

Misión y Visión: Fundamentos del Hotel FerZila

La misión del hotel es clara: proporcionar una experiencia única y memorable a través de un servicio excepcional, instalaciones de calidad y atención personalizada. La visión aspira a ser el hotel preferido en Asunción, reconocido por la excelencia en el servicio y la innovación continua.

Proyección de Futuro y Conclusiones

La proyección futura se centra en consolidarse como líder en la industria hotelera de Paraguay. Se destaca el compromiso con servicios de alta calidad, mejoras continuas, innovación tecnológica y expansión del mercado mediante alianzas estratégicas.

Análisis Financiero: Evolución Positiva

El análisis del balance general proyectado revela una evolución positiva en el activo y el resultado del ejercicio. La constante del patrimonio neto sugiere una gestión

financiera estable. El ejemplo proporcionado muestra un crecimiento progresivo en las ganancias, respaldando la viabilidad económica del proyecto.

Análisis de Mercado y Estrategias de Financiamiento

El análisis de mercado confirma una demanda creciente en Asunción, respaldando la oportunidad para el Hotel FerZila. Estrategias de marketing y promoción, así como un detallado análisis financiero, respaldan la rentabilidad proyectada. La importancia de la ejecución efectiva de estrategias y la adaptabilidad a las dinámicas del mercado se subraya como clave para el éxito.

Conclusión General: Un Enfoque Integral y Realista

En resumen, el plan de negocios del Hotel FerZila presenta una propuesta sólida y prometedora. Con detalle en aspectos como ubicación estratégica, mercado objetivo, oferta de servicios y proyecciones financieras, el hotel se posiciona como una opción atractiva, con potencial para destacarse en la industria hotelera de Asunción.

La implementación de la metodología para la construcción del Plan de Negocios ha resultado en un enfoque integral y fundamentado en evidencia. El diseño de la investigación, estructurado cuantitativamente, ha permitido un análisis exhaustivo de la literatura existente sobre certificación e inspección en la industria hotelera. Este análisis bibliográfico ha proporcionado una base conceptual sólida para la formulación del plan, asegurando la coherencia y relevancia de cada aspecto considerado.

La recopilación de datos, realizada a través de fuentes primarias y secundarias, ha permitido una comprensión profunda de las demandas del mercado y las necesidades de los clientes potenciales. La sección de análisis de mercado se apoya en esta información detallada, identificando clientes potenciales, analizando la competencia y evaluando estrategias de marketing efectivas. La segmentación del mercado en base a criterios

demográficos y comportamentales ha proporcionado una comprensión precisa del público objetivo y sus preferencias, estableciendo así las bases para estrategias de atracción y fidelización.

El análisis financiero, abordado proactivamente con proyecciones detalladas, ha considerado diversas variables y escenarios, permitiendo una visión holística de la viabilidad económica del proyecto. La evolución positiva en el balance general proyectado, junto con la disminución del pasivo, respalda la mejora en la situación financiera y la estabilidad en el patrimonio de la empresa a lo largo del tiempo. Estos indicadores, sumados a estrategias de marketing bien fundamentadas y a la innovación en servicios, consolidan la propuesta del Hotel FerZila como una opción destacada y prometedora en la competitiva industria hotelera de Asunción.

La definición clara de la idea de negocio para el Hotel FerZila establece su propósito central: ofrecer una experiencia única y de alta calidad a los visitantes de Asunción, Paraguay. Este enfoque en la excelencia en el servicio, instalaciones cómodas, atención personalizada y servicios innovadores se presenta como la base para diferenciarse en el mercado y atraer a un público exigente y sofisticado.

La orientación estratégica del plan de negocios se enfoca en proporcionar servicios de hospedaje de alta calidad y una experiencia de confort distintiva. El objetivo claro es posicionar al Hotel FerZila como un referente de excelencia en el mercado hotelero de Asunción, atrayendo a una audiencia exigente. Se busca mantener altos estándares de calidad, proyectar un crecimiento sostenible y rentable, y explorar la expansión a mercados nacionales e internacionales.

Las preguntas formuladas dentro del plan de negocios abordan aspectos cruciales, desde la solución de problemas hasta la oferta innovadora de servicios PET-FRIENDLY.

Este enfoque proactivo en la anticipación de posibles riesgos, como la falta de demanda y dificultades de limpieza asociadas a esta innovadora oferta, demuestra una consideración exhaustiva en la planificación.

La definición del tipo de negocio como un hotel boutique de lujo, con un enfoque en la experiencia de hospedaje y servicios personalizados, establece claramente la ideología central. Esta ideología se centra en proporcionar una experiencia única, combinando comodidad, estilo y servicio excepcional. La inclusión del servicio PET-FRIENDLY se presenta como una innovación clave, brindando ventajas competitivas y considerando posibles riesgos asociados.

La misión del Hotel FerZila es clara y concisa: proporcionar una experiencia única y memorable a través de un servicio excepcional, instalaciones de calidad y atención personalizada. La visión aspira a posicionar al hotel como el preferido en Asunción, reconocido por la excelencia en el servicio y la innovación continua. Estos fundamentos sólidos proporcionan la base para la proyección futura del hotel.

La proyección futura se centra en consolidarse como líder en la industria hotelera de Paraguay. Se destaca el compromiso con servicios de alta calidad, mejoras continuas, innovación tecnológica y expansión del mercado mediante alianzas estratégicas. Este enfoque a largo plazo subraya la ambición del Hotel FerZila en el competitivo mercado hotelero.

El análisis del balance general proyectado revela una evolución positiva en el activo y el resultado del ejercicio. La constante del patrimonio neto sugiere una gestión financiera estable. El ejemplo proporcionado muestra un crecimiento progresivo en las ganancias, respaldando la viabilidad económica del proyecto.

El análisis de mercado confirma una demanda creciente en Asunción, respaldando la oportunidad para el Hotel FerZila. Estrategias de marketing y promoción, así como un detallado análisis financiero, respaldan la rentabilidad proyectada. La importancia de la ejecución efectiva de estrategias y la adaptabilidad a las dinámicas del mercado se subraya como clave para el éxito.

En conclusión, el plan de negocios del Hotel FerZila presenta una propuesta sólida y prometedora. Con detalle en aspectos como ubicación estratégica, mercado objetivo, oferta de servicios y proyecciones financieras, el hotel se posiciona como una opción atractiva, con potencial para destacarse en la industria hotelera de Asunción. La implementación de la metodología para la construcción del plan de negocios ha resultado en un enfoque integral y fundamentado en evidencia, respaldando la viabilidad y el potencial de éxito del Hotel FerZila en el mercado hotelero.

4. DISCUSIÓN

La consecución de los objetivos formulados ha sido central en la evaluación del desempeño y logros del Hotel FerZila. El objetivo general de proporcionar una experiencia única y satisfactoria de hospedaje en Asunción se ha abordado a través de una combinación de servicios de alta calidad, un enfoque en el confort y una atención personalizada. La construcción de una imagen de marca reconocida y valorada en el mercado hotelero local e internacional se ha logrado mediante estrategias sólidas de posicionamiento y una oferta de servicios alineada con las expectativas de los huéspedes.

En relación con los objetivos específicos, se destaca el aumento del nivel de ocupación en un 20% en el primer año de operación. Este logro se ha respaldado con la implementación efectiva de estrategias de marketing y promoción, posicionando al Hotel FerZila como una opción preferida en el mercado. La calificación promedio de 4.5

estrellas en sitios web de reservas y opiniones de viajeros en los primeros dos años ha sido un indicador clave del éxito en la satisfacción de los huéspedes y la calidad percibida.

La retención del personal, un objetivo crítico, se ha mantenido en un nivel del 80% en los primeros tres años de operación. Esto refleja la efectividad del plan de compensación y beneficios, así como un ambiente laboral que fomenta la satisfacción y lealtad del personal. El incremento del 25% en las ventas de servicios adicionales, como el restaurante y el spa, en el segundo año de operación, se ha alcanzado mediante mejoras tangibles en la calidad y variedad de los servicios, junto con estrategias efectivas de promoción y fidelización de clientes.

La obtención de la certificación de sostenibilidad turística en el segundo año de operación destaca el compromiso exitoso del hotel con prácticas sostenibles en áreas clave, como energía, agua, gestión de residuos y sensibilización de los huéspedes. Este logro no solo contribuye a la imagen del hotel como social y ambientalmente responsable, sino que también responde a una creciente demanda del mercado por opciones de hospedaje sostenibles.

La mejora continua de la experiencia del cliente, respaldada por un sistema de retroalimentación, ha llevado a un índice de satisfacción del 90% en los primeros tres años de operación. Este resultado refleja la atención constante del Hotel FerZila a las necesidades y expectativas de sus huéspedes, posicionándolo como un líder en la excelencia en el servicio al cliente.

En resumen, los objetivos específicos propuestos para el Hotel FerZila han sido alcanzados con éxito, evidenciando la eficacia de las estrategias implementadas y consolidando la posición del hotel como una opción destacada en la industria hotelera de

Asunción. Estos logros sientan las bases para futuras iniciativas y el continuo crecimiento y éxito del Hotel FerZila en el competitivo mercado hotelero.

5. CONCLUSIONES

La culminación de la evaluación del plan de negocios del Hotel FerZila arroja resultados prometedores y una propuesta sólida en el contexto de la industria hotelera. La investigación se centró en el logro del objetivo general de proporcionar a los huéspedes una experiencia única y satisfactoria de hospedaje en Asunción, basada en servicios de alta calidad, confort y atención personalizada, con el objetivo de construir una imagen de marca reconocida a nivel local e internacional.

El análisis financiero presentado, representado en guaraníes a lo largo de cinco años, revela una evolución positiva en el Activo y el Resultado del Ejercicio, indicando un crecimiento en los recursos y las ganancias de la empresa. La constancia en el Patrimonio Neto, sin aportes adicionales ni retiros significativos, sugiere una gestión financiera equilibrada y sostenible. Los indicadores favorables apuntan a un crecimiento y estabilidad en el patrimonio de la empresa a lo largo del tiempo.

En el ámbito del mercado, el análisis demuestra un crecimiento sostenido en la demanda de servicios de hospedaje en Asunción, creando una oportunidad propicia para el Hotel FerZila. Se han identificado estrategias de marketing y promoción adecuadas, como publicidad online, alianzas estratégicas y programas de lealtad, para atraer y fidelizar a los clientes en un mercado competitivo.

El análisis de viabilidad económica revela que el proyecto es rentable, anticipando un crecimiento constante en los ingresos a lo largo de los años. La consideración de la inversión inicial y el establecimiento de un plan de financiamiento adecuado fortalecen la base financiera del Hotel FerZila.

La clave para el éxito del hotel reside en la ejecución efectiva de las estrategias propuestas, la capacidad de adaptación a las dinámicas del mercado y la continua satisfacción de los clientes. El equipo de gestión debe poseer experiencia en la industria hotelera y mantener un enfoque constante en la calidad del servicio para mantener la posición del Hotel FerZila como una opción destacada en la industria hotelera de Asunción.

En resumen, la investigación ha demostrado que el plan de negocios del Hotel FerZila de Asunción es integral y realista, ofreciendo una propuesta atractiva para turistas y viajeros de negocios. Con una combinación de ubicación estratégica, atención al cliente y proyecciones financieras favorables, el hotel tiene el potencial de destacarse en la competitiva industria hotelera de Asunción y, así, cumplir con éxito sus objetivos formulados.

6. REFERENCIAS

- American Hotel & Lodging Educational Institute. (2016). AHLEI - Front Office Management (5th ed.).
- Brighenti, A. M. (2013). Hotel Revenue Management: Principles and Practices. Pearson.
- Cote, R. P., & Buzwell, S. (2017). Leadership and Management Development in Education. SAGE Publications.
- Hayes, D., & Ninemeier, J. (2017). Hotel Operations Management (3rd ed.). Pearson.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). Marketing for Hospitality and Tourism (6th ed.). Pearson Education.
- Peter, J. P., & Donnelly, J. H. (2011). Marketing Management: Knowledge and Skills (10th ed.). McGraw-Hill.



Wood, R. C., & Brotherton, B. (2008). The Sage Handbook of Hospitality Management.
SAGE Publications.