



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO HOTELERÍA Y  
GASTRONOMÍA**

**PLAN DE NEGOCIOS Y ESTRATEGIA DE MARKETING  
DE UN HOTEL CUATRO ESTRELLAS EN EL DISTRITO DE  
MIRAFLORES - 2020**

**BACH. CHAVEZ CERVANTES FABIOLA ALESSANDRA**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR AL  
TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN TURISMO,  
HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA**

**LIMA – PERÚ**

**2021**

## **DEDICATORIA**

A mis padres por el apoyo incondicional, en la elaboración del trabajo de investigación, y realizarme como persona y profesional de bien para la sociedad.

## **AGRADECIMIENTO**

A nuestra Institución académica por darme todas las herramientas necesarias para desenvolverme como profesional en el sector turístico y hotelero, y aportar con mis conocimientos.

## **INTRODUCCIÓN**

El plan de negocio diseñado para un Hotel de cuatro estrellas, enmarcado en los estándares internacionales en cuanto al equipamiento, servicios y espacios destinados para su comodidad de un público exigente, tanto nacionales como extranjeros.

Miraflores siendo un distrito netamente turístico y hotelero, demandado por un público exigente, situado estratégicamente cerca de centros comerciales y áreas de bancos y otros.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El plan de negocios del **“Hotel Chávez & Suite Cuatro Estrellas”** en Miraflores cuya estrategia de marketing ha sido rigurosa tomando en consideración lo aportado por Lovelook, quien considera la importancia de algún elemento de tangibilidad en los servicios prestados a los clientes externos, tiene que ser de calidad y con un valor agregado del servicio para su pronta visita del huésped.

Contamos con 100 habitaciones y una inversión total de S/. 10.089.052

El proyecto contara con 4 inversionistas divididos en partes iguales del accionariado.

## INDICE GENERAL TESINA

	<b>Pág.</b>
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
INTRODUCCIÓN .....	iv
RESUMEN EJECUTIVO .....	v
INDICE GENERAL TESINA.....	vi
INDICE DE CUADROS.....	xi
INDICE DE TABLAS .....	xii
INDICE DE GRÁFICO.....	xiii
INDICE DE ILUSTRACIONES .....	xiv
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	16
1.1    Antecedentes.....	16
1.2    Objetivos.....	16
1.3    Justificación .....	18
1.3.1    Justificación Social .....	18
1.3.2    Justificación Metodológica .....	18
1.3.3    Justificación Económica .....	18
1.4    Metodología de la Investigación.....	18
1.4.1    Fuentes de Información.....	18

1.4.2	Investigación Cualitativa.....	19
1.4.3	Investigación Cuantitativa .....	19
1.5	Marco Conceptual.....	19
1.6	Alcances y Limitaciones.....	20
1.6.1	Alcances.....	20
1.6.2	Limitaciones .....	20
CAPITULO II. ANÁLISIS DE MERCADO .....		21
2.1	Análisis del Entorno .....	21
2.1.1	Macroentorno: Análisis PESTEL .....	21
2.1.2	Microentorno: Cinco Fuerzas de Porter.....	22
2.2	Análisis de la oferta.....	23
2.2.1	Oferta Directa .....	23
2.2.2	Oferta Indirecta.....	23
2.2.3	Cálculo de la Oferta.....	23
2.3	Análisis de la Demanda .....	24
2.3.1	Demanda Potencial .....	24
2.3.2	Demanda Disponible .....	24
2.3.3	Demanda Efectiva .....	24
2.3.4	Demanda Insatisfecha.....	25
2.3.5	Demanda Objetivo.....	25

2.3.6	Demanda Proyectada Ventas Netas a 5 años.....	27
2.4	Análisis de la Rivalidad de la Industria.....	28
2.5	Cadena de Valor de la Industria.....	29
2.5.1	Misión.....	29
2.5.2	Visión .....	29
2.5.3	Valores Corporativos.....	30
2.6	Análisis FODA.....	30
CAPITULO III. PLAN DE MARKETING.....		31
3.1	Perfil del Consumidor.....	31
3.2	Estrategia Producto .....	33
3.3	Estrategia Precio.....	39
3.4	Estrategia Plaza.....	39
3.5	Estrategia Promoción: se realizarán diferentes actividades.....	39
3.6	Posicionamiento de la Marca .....	42
3.7	Marketing de Servicios.....	42
3.7.1	Objetivos de marketing.....	44
3.7.2	Desarrollo de las estrategias de marketing .....	44
3.7.3	Segmento a atender .....	44
CAPITULO IV. PLAN DE OPERACIONES .....		45
4.1	Requerimientos para la Producción .....	45

4.1.1	Listado de las Maquinarias y Equipos .....	45
4.1.2	Materiales y/o Materias Primas .....	46
4.1.3	Herramientas y Utensilios .....	47
4.1.4	Muebles y Enseres.....	48
4.1.5	Listado de los Posibles Proveedores .....	49
4.1.6	Estructura Orgánica Funcional .....	52
4.2	Localización .....	58
4.3	Flujo de Proceso Operativo .....	59
4.4	Diagrama de Operaciones en Proceso de la Elaboración .....	62
CAPITULO V. PLAN FINANCIERO .....		67
5.1	Supuestos.....	67
5.2	Proyección de Ventas .....	68
5.3	Estimación de Inversión Inicial.....	74
5.3.1	Inversión Fija.....	74
5.3.2	Capital de Trabajo .....	74
5.4	Fuentes de Financiamiento.....	76
5.5	Estimación de Costos .....	77
5.5.1	Costos Fijos / Costos Variables.....	78
5.6	Estimación de Precio .....	79
5.7	Punto de Equilibrio.....	81

CAPITULO VI. EVALUACIÓN FINANCIERA .....	84
6.1    Flujo de Caja Proyectado.....	84
6.2    Tasa de Descuento.....	85
6.3    Relación Beneficio/ Costo .....	85
CAPITULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	86
7.1    Conclusiones .....	86
7.2    Recomendaciones .....	87
ANEXOS .....	88
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	103
PÁGINAS WEB.....	104

## INDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1 Análisis FODA.....</b>	<b>30</b>
<b>Cuadro 2 NSE Según Zonas de Lima en %.....</b>	<b>31</b>
<b>Cuadro 3 Ingresos y Gastos Según NSE Zona 7 .....</b>	<b>32</b>
<b>Cuadro 4 Precio de las Habitaciones .....</b>	<b>39</b>
<b>Cuadro 5 Inversión en la promoción del Negocio.....</b>	<b>42</b>
<b>Cuadro 6 Aportes.....</b>	<b>76</b>
<b>Cuadro 7 Flujo de Caja .....</b>	<b>84</b>

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1 Cinco Fuerzas de Porter .....</b>	<b>22</b>
<b>Tabla 2 Competencia Directa .....</b>	<b>23</b>
<b>Tabla 3 Competencia Indirecta .....</b>	<b>24</b>
<b>Tabla 4 Demanda Objetivo/ Mercado Potencial.....</b>	<b>25</b>
<b>Tabla 5 Requisitos Mínimos de Equipamiento .....</b>	<b>26</b>
<b>Tabla 6 Requisitos Mínimos de Servicios.....</b>	<b>26</b>
<b>Tabla 7 Requisitos Mínimos de Personal.....</b>	<b>27</b>
<b>Tabla 8 Demanda Proyectada (a 5 años).....</b>	<b>27</b>
<b>Tabla 9 Análisis de la Competencia .....</b>	<b>28</b>
<b>Tabla 10 Listado de las Maquinarias y Equipos .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabla 11 Listado de Muebles y Enseres.....</b>	<b>46</b>
<b>Tabla 12 Listado de Herramientas y Utensilios .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabla 13 Listado de Materia Prima .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabla 14 Planilla .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 15 Proyección de Ventas en Unidades .....</b>	<b>68</b>
<b>Tabla 16 Proyección de Ventas en Nuevos Soles.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 17 Plan de Inversión .....</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 18 Costos Fijos / Costos Variables .....</b>	<b>78</b>

## INDICE DE GRÁFICO

<b>Gráfico 1 Demanda Proyectada a 5 años.....</b>	<b>28</b>
<b>Gráfico 2 Frecuencia de turistas que se hospedan en hoteles según por categorías .....</b>	<b>43</b>
<b>Gráfico 3 Proyección de Ventas en Unidades - Hospedaje.....</b>	<b>69</b>
<b>Gráfico 4 Proyección de Ventas en Unidades - Restaurante .....</b>	<b>69</b>
<b>Gráfico 5 Proyección de Ventas en Unidades - Bar .....</b>	<b>70</b>
<b>Gráfico 6 Proyección de Ventas en Unidades - SPA .....</b>	<b>70</b>
<b>Gráfico 7 Proyección de Ventas en Soles - Hospedaje .....</b>	<b>72</b>
<b>Gráfico 8 Proyección de Ventas en Soles - Restaurante.....</b>	<b>72</b>
<b>Gráfico 9 Proyección de Ventas en Soles - Bar .....</b>	<b>73</b>
<b>Gráfico 10 Proyección de Ventas en Soles - SPA .....</b>	<b>73</b>

## INDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1 Mapa de Miraflores .....</b>	<b>20</b>
<b>Ilustración 2 Cadena de valor de la industria .....</b>	<b>29</b>
<b>Ilustración 3 Perfil del consumidor .....</b>	<b>32</b>
<b>Ilustración 4 Habitación Simple.....</b>	<b>33</b>
<b>Ilustración 5 Habitación Doble.....</b>	<b>34</b>
<b>Ilustración 6 Suite Superior .....</b>	<b>34</b>
<b>Ilustración 7 SPA .....</b>	<b>38</b>
<b>Ilustración 8 Las 8 P's Marketing de Servicios .....</b>	<b>43</b>
<b>Ilustración 9 Organigrama.....</b>	<b>52</b>
<b>Ilustración 10 Funciones Básicas de un Ama de Llaves .....</b>	<b>54</b>
<b>Ilustración 11 Funciones Básicas de un Recepcionista.....</b>	<b>55</b>
<b>Ilustración 12 Funciones Básicas de un Auxiliar Administrativo .....</b>	<b>56</b>
<b>Ilustración 13 Funciones Básicas de un Contador .....</b>	<b>57</b>
<b>Ilustración 14 Mapa de la Ubicación del Hotel .....</b>	<b>58</b>
<b>Ilustración 15 Flujograma de Servicio de Recepción .....</b>	<b>59</b>
<b>Ilustración 16 Flujograma del Administrador .....</b>	<b>60</b>
<b>Ilustración 17 Flujograma de la Recepción del Hotel .....</b>	<b>60</b>
<b>Ilustración 18 Flujograma de la Ama de Llave .....</b>	<b>61</b>
<b>Ilustración 19 Flujograma de la Camarera .....</b>	<b>61</b>
<b>Ilustración 20 Flujograma de Servicio en el Restaurante.....</b>	<b>62</b>
<b>Ilustración 21 Flujograma de la Camarera .....</b>	<b>63</b>
<b>Ilustración 22 Flujograma de la Cocina.....</b>	<b>64</b>

<b>Ilustración 23 Flujograma del Bar.....</b>	<b>65</b>
<b>Ilustración 24 Flujograma del Área de SPA .....</b>	<b>66</b>
<b>Ilustración 25 Estimación de Costos.....</b>	<b>77</b>

## **CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 Antecedentes**

El proyecto “**Hotel Chávez & Suite Cuatro Estrellas**”, nace al percibir una ausencia en la oferta de establecimientos de hospedaje de una categoría superior, que cuente con diferentes tipos de servicios como, hospedaje, alimentos y bebidas, bar entre otros.

Se contará con colaboradores que gusten del buen servicio preparados para un público exigente.

El hotel tendrá una oferta de 100 habitaciones

Se tomo en consideración los hoteles de la zona, para analizar los tipos de servicios ofrecidos y con nuestro hotel dar un valor agregado del servicio.

#### **Área de influencia y ubicación.**

Ubicado en la Calle San Martin # 400 - Miraflores.

### **1.2 Objetivos**

Los principales objetivos del plan de negocio son:

#### **CORTO PLAZO**

- Contar con una Ocupabilidad del 60%.
- Capacitar a nuestro personal para que brinde una atención de calidad a los huéspedes y los hagan sentir como en casa.
- Brindar canal de sugerencias a los huéspedes.

- Establecer estrategias de problemas potenciales.
- **MEDIANO PLAZO**
- Contar con una Ocupabilidad del 75%.
- Promoción del hotel con agencias de viaje. (Alianzas)
- Ofrecer imagen de calidad y buen servicio.
- Estar posicionados como en los mejores Hoteles de Miraflores (Misma categoría)
- Ofrecer imagen de calidad y buen servicio.

#### **LARGO PLAZO**

- Ocupabilidad más del 100% en temporada alta.
- Apertura de un nuevo Hotel de la misma categoría.
- Imagen que genere un buen servicio, calidad y un mayor sentido de ser responsables con nuestra clientela.

**Razón Social:** CORPORACION HOTELERA CHAVEZ & SUITE S.A.C.

**Nombre Comercial:** Hotel Chávez & Suite Cuatro Estrellas

**Tipo de Régimen:** Régimen General

**Nuestra planilla cuenta con:** 46 trabajadores.

**Rubro:** De servicios.

**Socios:** 4

## **1.3 Justificación**

### **1.3.1 Justificación Social**

El proyecto pretende generar un establecimiento con rostro social, donde se respete a los colaboradores tanto internos como externos.

### **1.3.2 Justificación Metodológica**

Nos brindan datos precisos en cuanto a la potencialidad del proyecto en Miraflores.

### **1.3.3 Justificación Económica**

El proyecto tendrá una mejor infraestructura que se pretende brindar para su debida explotación y aprovechamiento por parte de la industria turística; dando como consecuencia el crecimiento del sector turístico y económico del distrito de Miraflores y el Perú propiamente.

## **1.4 Metodología de la Investigación**

Nos referimos a una posición teórica y esto lleva a una selección de técnicas concretas del trabajo de investigación.

### **1.4.1 Fuentes de Información**

- Trabajo de Campo.
- La municipalidad de Miraflores.
- MINCETUR
- INEI
- PROMPERU

- APEIM
- Otros

#### **1.4.2 Investigación Cualitativa**

Llevar a los turistas a poder decidir un hospedaje de buena calidad y servicio. Donde ellos puedan sentirse cómodos desde el momento del ingreso al hotel, ellos tendrán que observar la mejor atención y servicio que los trabajadores podrán brindarles. Sugiriéndoles las mejores habitaciones y la mejor calidad.

#### **1.4.3 Investigación Cuantitativa**

Los siguientes puntos importantes de este trabajo fueron sacados desde las siguientes fuentes: MINCETUR, PROMPERU, CANATUR, INEI, entre otros.

#### **1.5 Marco Conceptual**

La empresa “**Hotel Chávez & Suite**” es un hotel 4 estrellas que brinda servicios de ventas de habitaciones las 24 hrs, cuenta con un Restaurante principal, un Lobby, servicio de Limpieza, un Bar las 24hrs al día.

Para la realización de este plan de negocio se tendrá como referencia los requisitos exactos del Reglamento DS-001-2015 que impone el MINCETUR, así como también para datos estadísticos el INEI, APEIM 2019, etc.

## 1.6 Alcances y Limitaciones

### 1.6.1 Alcances

**Ilustración 1 Mapa de Miraflores**



El Hotel Chaves & Suite está ubicado en el distrito de Miraflores, como referencia tenemos al parque “Kennedy”.

Cuenta con una infraestructura moderna y un acabado rústico, con partes llamativas, cristalería A1 y fachadas con un fino material.

### 1.6.2 Limitaciones

Los competidores directos son: Thunderbird Fiesta, Del Pilar Hotel, Luxury Hotel Inkari, Courtyard Marriott, por tener servicios similares.

Indirecta al Carmel Hotel, Allpa Hotel & Suites, Mariel Hotel, La Paz Apart Hotel.

## CAPITULO II. ANÁLISIS DE MERCADO

### 2.1 Análisis del Entorno

#### 2.1.1 Macroentorno: Análisis PESTEL

Se usará el método PESTEL que agrupa la información del mercado según Político y Legal, Económico, Social- Cultural y Demográfico y Tecnológico.



### 2.1.2 Microentorno: Cinco Fuerzas de Porter

Este análisis tiene como finalidad evaluar:

Tabla 1 Cinco Fuerzas de Porter



Fuente: Elaboración propia.

## 2.2 Análisis de la oferta

Se realiza una búsqueda de la competencia, tanto directa como indirecta, analizando los diferentes hoteles: su situación, sus comodidades-calidades y sus precios.

### 2.2.1 Oferta Directa

Tenemos: Thunderbird Fiesta, Del Pilar Hotel, Luxury Hotel Inkari, Courtyard Marriott.

### 2.2.2 Oferta Indirecta

Carmel Hotel, Allpa Hotel & Suites, Mariel Hotel, La Paz Apart Hotel.

### 2.2.3 Cálculo de la Oferta

**Tabla 2 Competencia Directa**

Empresas competidoras	Nivel de aceptación			Tipo de clientes que atiende	¿Por qué razón la eligen?	¿Dónde se comercializa el producto?	¿A qué precio lo venden?
	ALTA	REGULAR	POCA				
Thunderbird Fiesta 4*		X		CORPORATIVO	Confort	MIRAFLORES	\$ 180
Del Pilar Hotel 4*		X		CORPORATIVO	Precio	MIRAFLORES	\$ 100
Luxury Hotel Inkari 4*	X			CORPORATIVO	Calidad	MIRAFLORES	\$ 160
Courtyard Marriott 4*	X			GENERAL	Calidad	MIRAFLORES	S/. 442

**Fuente: Elaboración propia.**

**Tabla 3 Competencia Indirecta**

Empresas competidoras	Nivel de aceptación			Tipo de clientes que atiende	¿Por qué razón la eligen?	¿Dónde se comercializa el producto?	¿A qué precio lo venden?
	ALTA	REGULAR	POCA				
Carmel Hotel 3*	X			GENERAL	Precio	MIRAFLORES	\$75
Allpa Hotel & Suites 3*		X		CORPORATIVO	Calidad	MIRAFLORES	\$120
Mariel Hotel 3*			X	GENERAL	Precio	MIRAFLORES	\$75
La Paz Apart Hotel 3*	X			GENERAL	Calidad	MIRAFLORES	\$120

**Fuente: Elaboración propia.**

### 2.3 Análisis de la Demanda

Se refiere a formar un grupo de análisis de mercado, para determinar el ciclo económico, para ajustar el producto y de esta forma evaluar la competencia.

#### 2.3.1 Demanda Potencial

población Chávez & Suite en Miraflores 99,337hab.

#### 2.3.2 Demanda Disponible

Son los consumidores que tienen el deseo de demandar un servicio, y la capacidad adquisitiva para realizarlo.

#### 2.3.3 Demanda Efectiva

Son los consumidores que desean adquirir un servicio, y que cuentan con la capacidad para hacerlo.

### 2.3.4 Demanda Insatisfecha

Es cuando el mercado demanda más de lo que produce.

### 2.3.5 Demanda Objetivo

**Tabla 4 Demanda Objetivo/ Mercado Potencial**

CONCEPTO	N <sup>0</sup>
1. Población	99,337
2. (demandantes potenciales 40%)	39,734
3. Compras x periodo	1400
4. Cantidad de servicios.	4

**Fuente: Elaboración propia.**

**Tabla 5 Requisitos Mínimos de Equipamiento**

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
<b>Generales</b>					
Custodia de valores (individual en la habitación o caja fuerte común)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Internet	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
<b>En habitaciones</b>					
Frigobar	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Televisor	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Teléfono con comunicación nacional e internacional	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

**Fuente: MINCETUR.**

**Tabla 6 Requisitos Mínimos de Servicios**

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
<b>Generales</b>					
Limpieza diaria de habitaciones y de todos los ambientes del Hotel	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de lavado y planchado (1)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Servicio de llamadas, mensajes internos y contratación de taxis	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Servicio de custodia de equipaje	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Primeros auxilios (2)	Obligatorio	Obligatorio	Botiquín	Botiquín	Botiquín
<b>Habitaciones</b>					
Atención en habitación (room service)	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Cambio regular de sábanas y toallas diario y cada cambio del huésped (3)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

**Fuente: MINCETUR.**

**Tabla 7 Requisitos Mínimos de Personal**

<b>REQUISITOS</b>	<b>5 estrellas</b>	<b>4 estrellas</b>	<b>3 estrellas</b>	<b>2 estrellas</b>	<b>1 estrella</b>
Personal calificado (1)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Personal uniformado las 24 horas	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-

**Fuente: MINCETUR.**

### **2.3.6 Demanda Proyectada Ventas Netas a 5 años**

Es lo que se estima y sucederá en un futuro próximo, con la población potencial y los objetivos del proyecto.

**Tabla 8 Demanda Proyectada (a 5 años)**

<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>S/.</b> <b>8,975,001.00</b>	<b>S/.</b> <b>9,423,751.05</b>	<b>S/.</b> <b>9,894,938.60</b>	<b>S/.</b> <b>10,389,685.53</b>	<b>S/.</b> <b>10,909,169.81</b>

\*Incremento de 5% anual

**Fuente: Elaboración propia.**

**Gráfico 1 Demanda Proyectada a 5 años**



Fuente: Elaboración propia.

**2.4 Análisis de la Rivalidad de la Industria**

**Tabla 9 Análisis de la Competencia**

¿Cómo se ha determinado el precio?	competencia y sus costos.
¿precio de introducción/definido?	De introducción por 1 año.
.	

## 2.5 Cadena de Valor de la Industria

Modelo de cadena de valor:

**Ilustración 2 Cadena de valor de la industria**



### 2.5.1 Misión

Brindar a nuestros huéspedes hospitalidad, mediante un trato individualizado por un personal altamente motivado.

### 2.5.2 Visión

Ser el hotel bussines de referencia en Lima, Perú por su estilo original y la calidad de su servicio.

### 2.5.3 Valores Corporativos

- **Servicio.**
- **Calidad.**
- **Honestidad.**
- **Calidez**
- **Flexibilidad.**

### 2.6 Análisis FODA

**Cuadro 1 Análisis FODA**

<b>FORTALEZA</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<p>Nuestro objetivo es dar una imagen del Hotel 4* a nuestros huéspedes tanto nacionales como internacionales, aprovechando nuestra cultura y gastronomía.</p> <p>Está ubicado en el corazón de Miraflores para ofrecer un servicio de alta calidad a los huéspedes.</p>	<p>El buen momento del rublo turístico y hotelera augura un incremento de la demanda, y su posición estratégica rodeado de centros comerciales y agencias bancarias lo hacen atractivo.</p>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>Falta de fiabilidad de los proveedores al ser nuevos en el mercado.</p>	<p>la competencia está cada vez más reñida y nos arriesgamos a no tener buenas ganancias debido a etas grandes empresas que cuentan con mayor inversión y ganancias.</p>

**Fuente: Elaboración propia.**

## CAPITULO III. PLAN DE MARKETING

### 3.1 Perfil del Consumidor

Nivel socioeconómico A Y B,

**Cuadro 2 NSE Según Zonas de Lima en %**

 Nivel socioeconómico Zonas de Lima (%) Horizontal

	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E	Grand Total
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac)	0.5%	7.9%	52.2%	31.6%	7.8%	100.0%
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)	2.0%	29.1%	48.8%	17.3%	2.8%	100.0%
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	35.8%	43.2%	13.6%	6.3%	1.0%	100.0%
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	16.2%	58.1%	20.6%	3.5%	1.7%	100.0%
Zona 5 (Ate, Chacarayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	1.4%	11.6%	45.6%	33.3%	8.1%	100.0%
Zona 4 (Cercado, Rimac, Breña, La Victoria)	2.5%	29.9%	44.0%	21.5%	2.2%	100.0%
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	1.1%	21.5%	44.7%	25.3%	7.5%	100.0%
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	2.1%	28.3%	47.6%	19.9%	2.1%	100.0%
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla, Mi Perú)	1.3%	19.0%	46.0%	24.4%	9.2%	100.0%
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabaylo)		14.5%	39.7%	36.6%	9.1%	100.0%
Otros		9.9%	47.6%	32.7%	9.8%	100.0%
Grand Total	4.3%	23.4%	42.6%	24.1%	5.6%	100.0%

**Fuente: APEIM 2019**

APEIM 2019: Nivel A = 35.8%, B= 43.2%.

### Ilustración 3 Perfil del consumidor



Fuente: Elaboración propia.

### Cuadro 3 Ingresos y Gastos Según NSE Zona 7

**Apeim** Ingresos y gastos según NSE Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)

Gasto PROMEDIO mensual en soles	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E	Total
Grupo 1 : Alimentos	1,490	1,410	1,358	1,427	1,407	1,431
Grupo 2 : Vestido y Calzado	407	289	123	207	27	301
Grupo 3 : Alquiler de vivienda, Combustible, Electricidad y Conservación de la Vivienda	1,437	1,248	672	477	333	1,192
Grupo 4 : Muebles, Enseres y Mantenimiento de la vivienda	1,082	444	205	115	115	615
Grupo 5 : Cuidado, Conservación de la Salud y Servicios Médicos	710	447	308	131	123	502
Grupo 6 : Transportes y Comunicaciones	1,485	898	439	193	94	1,001
Grupo 7 : Esparcimiento, Diversión, Servicios Culturales y de Enseñanza	1,576	908	405	153	257	1,032
Grupo 8 : Otros bienes y servicios	576	372	219	184	93	411
<b>PROMEDIO GENERAL DE GASTO FAMILIAR MENSUAL</b>	<b>8,764</b>	<b>6,017</b>	<b>3,729</b>	<b>2,888</b>	<b>2,448</b>	<b>6,486</b>
<b>PROMEDIO GENERAL DE INGRESO FAMILIAR MENSUAL</b>	<b>14,959</b>	<b>9,496</b>	<b>4,900</b>	<b>3,353</b>	<b>2,196</b>	<b>10,423</b>

Fuente: APEIM 2019

#### Nivel de gasto mensual promedio del sector A y B

$$8,764 + 6,017 = 14,781 / 2 = 7,390.5$$

#### Nivel de ingresos mensual promedio del sector A y B

$$14,959 + 9,496 = 24,455 / 2 = 12,227.5$$

### **3.2 Estrategia Producto**

Son las diferentes acciones que se realizan desde el marketing, con la finalidad de ofrecer un buen servicio a los consumidores exigentes.

➤ **Especificaciones Técnicas de las Habitaciones**

#### **Habitación Simple**

#### **Ilustración 4 Habitación Simple**



#### **Habitación Doble**

**Ilustración 5 Habitación Doble**



**Suite Superior**

**Ilustración 6 Suite Superior**



➤ **Especificaciones del Restaurante**

El restaurante del hotel cuenta con una variedad de platillos tanto nacionales como internacionales, dentro de los cuales tenemos:

**Lomo Saltado**



**S/. 60.00**

**Pollo a la Plancha**



Pechuga de pollo, deshuesada y sin piel, limón, orégano, perejil, sal y pimienta al gusto.

**S/. 65.00**

## Ceviche

Pescado (blanco como merluza), limón, chiles rojos, cilantro picado, cebollas rojas, sal y pimienta negra al gusto

**S/. 60.00**



➤ Especificaciones del Bar

**Pisco Sour**



**S/. 60.00**

**Algarrobina**



**S/. 60.00**

➤ Especificaciones del SPA

Ilustración 7 SPA



Dentro de los servicios ofrecidos en el SPA tenemos:  
Masajes, Sauna, Jacuzzi, entre otros tratamientos.

**S/. 90.00**

### 3.3 Estrategia Precio

Los precios están definidos y serán los siguientes:

**Cuadro 4 Precio de las Habitaciones**

<b>TIPO DE HABITACIÓN</b>	<b>PRECIO EN S/.</b>
Simple	457.00
Doble	523.00
Suite Superior	589.00

Fuente: Elaboración propia.

### 3.4 Estrategia Plaza

- Flujo de servicio:
- Flujo de información y promoción:
  
- Flujo de negociación
- 

**3.5 Estrategia Promoción: se realizarán diferentes actividades.**

## ¿Qué se hará para promocionar el negocio?

Volantes y  
Dípticos



Llaveros



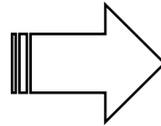
Lápices



Amenities

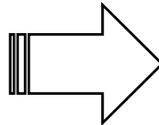


### Anuncios en radio



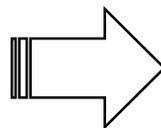
RPP	TARIFARIO
	S/. 40 el Segundo.

### Periódicos o revistas



El Comercio	TARIFARIO
	S/. 10,000 x página.

### Spot publicitario en tv



El Comercio	TARIFARIO
<b>Programas con un rating alto</b>	Entre S/.2,000 y S/.17,500
<b>Programas con un rating moderado alto</b>	Entre S/.1,500 y S/.13,000
<b>Programas con un rating moderado</b>	Entre S/.1,000 y S/.10,500
<b>Programas con un rating moderado bajo</b>	Entre S/.800 y S/.6,000
<b>Programas con un rating bajo</b>	Entre S/.600 y S/.3,500

### Cuadro 5 Inversión en la promoción del Negocio

MEDIO	COSTO
TELEVISION	15,000
REVISTAS/PERIODICOS	5,000
RADIO	5,000
PAGINA WEB	5,000
TOTAL	<b>30,000</b>

Fuente: Elaboración propia.

### 3.6 Posicionamiento de la Marca

son:

- El servicio de hospedaje reúne los atributos de calidad de servicio.
- Exclusividad del servicio prestado.
- El factor precio.

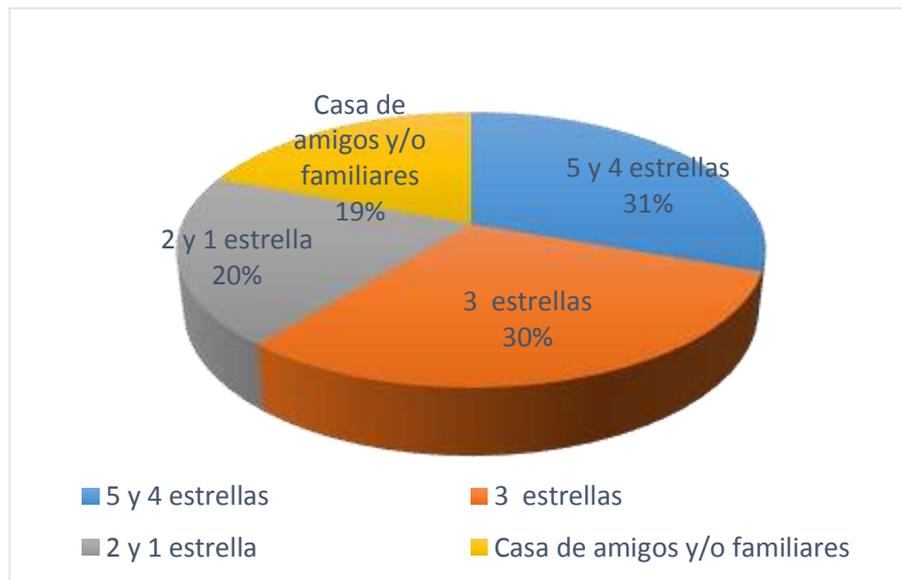
### 3.7 Marketing de Servicios

Los expertos en Marketing suelen hacer una mezcla más amplia del marketing de servicios que se suele llamar las 8 P's que vamos a describir a continuación:

### Ilustración 8 Las 8 P's Marketing de Servicios



**Gráfico 2 Frecuencia de turistas que se hospedan en hoteles según por categorías**



**Fuente: Diario el Comercio**

### **3.7.1 Objetivos de marketing**

- Impactar la percepción del consumidor para que termine eligiendo uno de nuestros servicios, pero que además perciba que sus expectativas fueron superadas.

### **3.7.2 Desarrollo de las estrategias de marketing**

- Crear programas de oferta donde podamos involucrar a nuestros clientes.
- Utilizar medios de comunicación para la publicidad.

### **3.7.3 Segmento a atender**

- El consumidor del servicio a ofrecer: Nacional e Internacional

## CAPITULO IV. PLAN DE OPERACIONES

### 4.1 Requerimientos para la Producción

#### 4.1.1 Listado de las Maquinarias y Equipos

Tabla 10 Listado de las Maquinarias y Equipos

MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
OBJETO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Refrigeradoras	3	S/. 1.100	S/. 3.300
Lavad. 16K	3	S/. 1.400	S/. 4.200
Secadora de ropa	3	S/. 1.900	S/. 5.700
Friego.	120	S/. 699	S/. 83.880
Licudad.	6	S/. 399	S/. 2.394
Cocinas de 6 hornillas	1	S/. 1.799	S/. 1.799
Hornos	1	S/. 1.859	S/. 1.859
Lava vajillas	1	S/. 1.500	S/. 1.500
Televisores 42"	96	S/. 1.499	S/. 143.904
Televisores 50"	24	S/. 1.899	S/. 45.576
Termas 50L	120	S/. 140	S/. 16.800
Aire Acondicionado	120	S/. 100	S/. 12.000
Carritos de Comidas	2	S/. 300	S/. 600
Tanques de Agua 2800	3	S/. 1.650	S/. 4.950
Computo	8	S/. 2.000	S/. 16.000
Caja de seguridad	60	S/. 250	S/. 15.000
Intercomunicador	120	S/. 100	S/. 12.000
Ascensor	2	S/. 120.000	S/. 240.000
Plancha	4	S/. 400	S/. 1.600
<b>TOTAL</b>			<b>S/. 613.062</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.1.2 Materiales y/o Materias Primas

**Tabla 11 Listado de Muebles y Enseres**

MUEBLES Y ENSERES			
OBJETO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Juego de comedor 4 sillas	25	S/. 750	S/. 18.750
Juego de mesa 2 sillas (habitación)	120	S/. 449	S/. 53.880
Muebles (juego)	2	S/. 1.200	S/. 2.400
muebles (cuartos)	24	S/. 1.000	S/. 24.000
Mesitas de noche	180	S/. 500	S/. 90.000
Tarimas de plaza y media	42	S/. 400	S/. 16.800
Tarimas de 2 plazas	55	S/. 450	S/. 24.750
Tarimas de King size	24	S/. 550	S/. 13.200
Colchones de plaza y media	42	S/. 700	S/. 29.400
Colchones de 2 plazas	55	S/. 900	S/. 49.500
Colchones de King size	24	S/. 1300	S/. 31.200
Armarios	120	S/. 890	S/. 106.800
Sabana encima y bajera	360	S/. 40	S/. 14.400
Edredones o cobertores	240	S/. 20	S/. 4.800
Almohadas	500	S/. 20	S/. 10.000
Espejos	120	S/. 35	S/. 4.200
Lámparas	240	S/. 25	S/. 6.000
T.de cuerpo	240	S/. 15	S/. 3.600
T. de mano	240	S/. 15	S/. 3.600
T. de pie	240	S/. 15	S/. 3.600
Tachos de basura	120	S/. 20	S/. 2.400
mantelería	30	S/. 30	S/. 900
Cortinas	120	S/. 120	S/. 14.400
Cortinas de baño (juego)	120	S/. 20	S/. 2.400
Accesorios de baño (juego)	120	S/. 35	S/. 4.200
florerías	25	S/. 10	S/. 250
Reposteros	5	S/. 70	S/. 350
planchar	5	S/. 75	S/. 375
Relojes de pared	3	S/. 100	S/. 300
Cuadros	120	S/. 55	S/. 6.600
Archivadores de oficina	10	S/. 500	S/. 5.000
Ceniceros	100	S/. 3	S/. 300
<b>TOTAL</b>			<b>S/. 548.355</b>

Fuente: Elaboración propia.

### 4.1.3 Herramientas y Utensilios

**Tabla 12 Listado de Herramientas y Utensilios**

<b>HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS</b>			
<b>OBJETO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Set de ollas	15	S/. 250,00	S/. 3.750,00
Juego completo de vajilla	120	S/. 30,00	S/. 3.600,00
Escobas y escobillones	15	S/. 5,00	S/. 75,00
Recogedores	15	S/. 5,00	S/. 75,00
Copas	100	S/. 15,00	S/. 1.500,00
Jarra de vidrio (1L)	60	S/. 50,00	S/. 3.000,00
Jarra de vidrio (1/2L)	40	S/. 50,00	S/. 2.000,00
Juego de vasos de vidrio	120	S/. 15,00	S/. 1.800,00
Exprimidores	10	S/. 15,00	S/. 150,00
Juego de cubiertos	120	S/. 10,00	S/. 1.200,00
Cuchillos para cocina	120	S/. 12,00	S/. 1.440,00
Coladores	10	S/. 15,00	S/. 150,00
Trapeadores	15	S/. 15,00	S/. 225,00
Colgadores de ropa	600	S/. 10,00	S/. 6.000,00
Tablas de picar de cocina	10	S/. 60,00	S/. 600,00
Machete para cocina	5	S/. 85,00	S/. 425,00
Afiladores	3	S/. 90,00	S/. 270,00
Prensa papas	3	S/. 35,00	S/. 105,00
Cuchillos de mesa	20	S/. 25,00	S/. 500,00
Alicates	5	S/. 25,00	S/. 125,00
Clavos	120	S/. 1,00	S/. 120,00
Cinzel	5	S/. 180,00	S/. 900,00
Guantes	50	S/. 50,00	S/. 2.500,00
Centímetros	5	S/. 20,00	S/. 100,00
<b>TOTAL</b>			<b>S/. 30.610,00</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.1.4 Muebles y Enseres

Tabla 13 Listado de Materia Prima

MATERIALES	PRECIO UNIT. (MES)	UNID. A PRODUCIR	PRECIO TOTAL
Artículos de Limpieza	S/. 5.115	3	S/. 15.345
Artículos de Cocina	S/. 2.640	3	S/. 7.920
Artículos descartables	S/. 1.620	3	S/. 4.860
TOTAL			S/. 28.125

MATERIALES	PRECIO UNIT. (MES)	UNID. A PRODUCIR	PRECIO TOTAL
Carne y Embutidos	S/. 2.950	3	S/. 8.850
Frutas y Verduras	S/. 1.300	3	S/. 3.900
Harinas	S/. 1.200	3	S/. 3.600
Lácteos	S/. 2.300	3	S/. 6.900
TOTAL			S/. 23.250

TOTAL			S/. 51.375
-------	--	--	------------

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.1.5 Listado de los Posibles Proveedores

Tenemos lo siguiente:

##### MAKRO



Oficina central 634-8000.

##### TUDO PARA HOTELES



Ubicado Av. Santa Cruz 949  
oficina 202 Miraflores

Numero de teléfono (01) 241-8083

## ROMANTEX



[www.romantex.com.pe](http://www.romantex.com.pe)

## HERE Mobility



Es una unidad de transporte inteligente de HERE Technologies, que se fundó en 2017 con la finalidad de introducir una generación innovadora de soluciones digitales con la finalidad de democratizar el ecosistema del transporte terrestre.

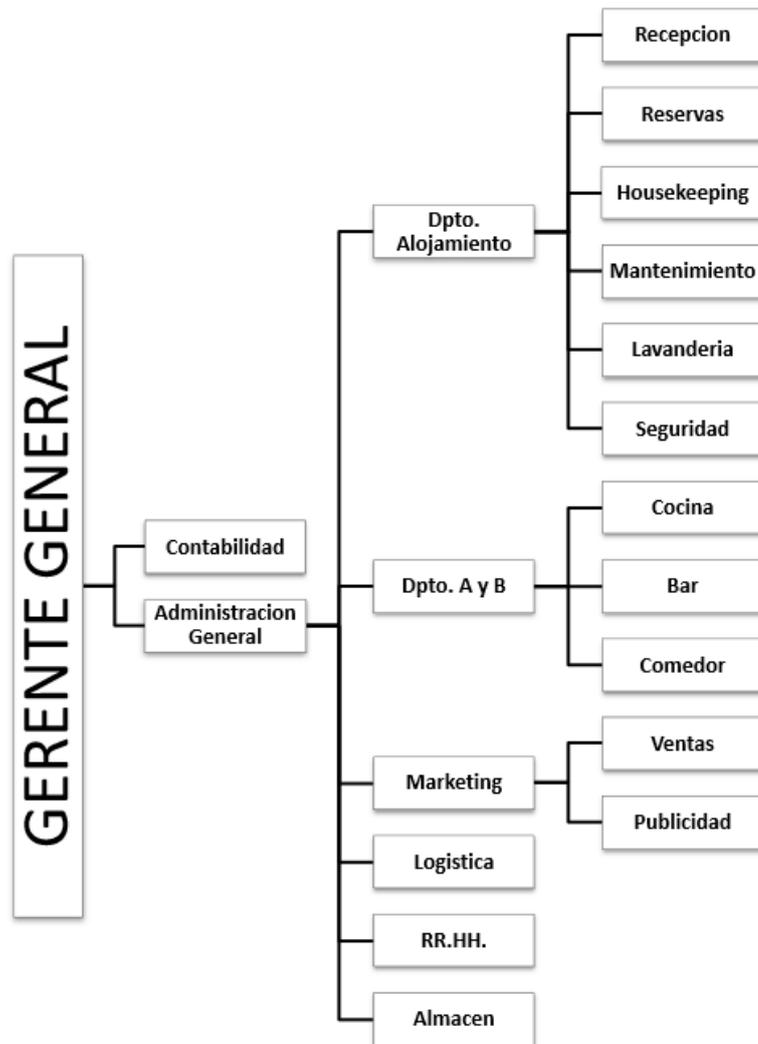
Los hoteles siempre buscan dar facilidad de transporte de sus clientes que se pueden integrar de forma más accesible al Mercado Abierto de Movilidad y así tener una variedad de opciones de transporte para poder conocer la ciudad.

**PROVEHOTEL**



#### 4.1.6 Estructura Orgánica Funcional

Ilustración 9 Organigrama



**Tabla 14 Planilla**

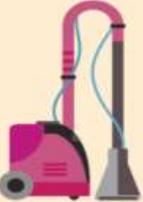
PERSONAL	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	SUELDO TOTAL	SUELDO X3 MESES
Gerente General	1	S/. 3.500,00	S/. 3.500,00	S/. 10.500,00
Contador	1	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 6.000,00
Administrador	1	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 6.000,00
Gerente de Alojamiento	1	S/. 2.700,00	S/. 2.700,00	S/. 8.100,00
Gerente de A & B	1	S/. 2.700,00	S/. 2.700,00	S/. 8.100,00
Gerente de Marketing	1	S/. 2.700,00	S/. 2.700,00	S/. 8.100,00
Jefe de Logística	1	S/. 1.500,00	S/. 1.500,00	S/. 4.500,00
Jefe de RRHH	1	S/. 1.500,00	S/. 1.500,00	S/. 4.500,00
Jefe de Almacén	1	S/. 1.500,00	S/. 1.500,00	S/. 4.500,00
Jefe de recepción	1	S/. 1.500,00	S/. 1.500,00	S/. 4.500,00
Jefe de Reservas	1	S/. 1.500,00	S/. 1.500,00	S/. 4.500,00
Gobernanta general	1	S/. 1.500,00	S/. 1.500,00	S/. 4.500,00
Jefe de mantenimiento e informática	1	S/. 1.500,00	S/. 1.500,00	S/. 4.500,00
Encargada de Lavandería	1	S/. 1.200,00	S/. 1.200,00	S/. 3.600,00
Jefe de Seguridad	1	S/. 1.200,00	S/. 1.200,00	S/. 3.600,00
Chef	1	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 6.000,00
Maître	1	S/. 1.500,00	S/. 1.500,00	S/. 4.500,00
Bartender	1	S/. 1.200,00	S/. 1.200,00	S/. 3.600,00
Recepcionista	4	S/. 1.200,00	S/. 4.800,00	S/. 14.400,00
Ayudante de recepción	4	S/. 1.000,00	S/. 4.000,00	S/. 12.000,00
Vigilante	2	S/. 1.200,00	S/. 2.400,00	S/. 7.200,00
Ama de llaves	7	S/. 1.200,00	S/. 8.400,00	S/. 25.200,00
Mozos y Azafatas	5	S/. 1.000,00	S/. 5.000,00	S/. 15.000,00
Ayudantes de cocina	4	S/. 1.500,00	S/. 6.000,00	S/. 18.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>S/. 40.300,00</b>	<b>S/. 63.800,00</b>	<b>S/. 191.400,00</b>

**Fuente: Elaboración propia.**

Ilustración 10 Funciones Básicas de un Ama de Llaves

# FUNCIONES DE UNA CAMARERA DE PISOS



1. Preparación del material para trabajar
2. Limpiar y ordenar habitaciones y zonas comunes
3. Prestar atención a los clientes
4. Recogida y limpieza de los materiales.



## Ilustración 11 Funciones Básicas de un Recepcionista

# 5 FUNCIONES BÁSICAS DE UNA RECEPCIONISTA

ATENCIÓN AL  
CLIENTE DURANTE  
SU ESTANCIA



REALIZAR EL  
CHECK-IN Y  
CHECK-OUT

CONOCIMIENTO Y  
COORDINACIÓN DE LOS  
DEPARTAMENTOS DEL  
HOTEL



CONTROL DE  
INGRESOS

MANTENIMIENTO  
DE LA SEGURIDAD



## Ilustración 12 Funciones Básicas de un Auxiliar Administrativo

10

 **GES**  
formación

### FUNCIONES AUXILIAR ADMINISTRATIVO

- 1 ATENCIÓN DE LLAMADAS
- 2 ATENDER VISITAS
- 3 RECIBIR DOCUMENTOS
- 4 CUSTODIAR DOCUMENTOS
- 5 REALIZAR CÁLCULOS
- 6 COMUNICACIÓN CON SU DEPARTAMENTO
- 7 TENER LA AGENDA ACTUALIZADA
- 8 TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES
- 9 CONOCER PROCESOS DE LAS AAPP
- 10 SABER UTILIZAR LOS RECURSOS DE LA OFICINA

## Ilustración 13 Funciones Básicas de un Contador



## 4.2 Localización

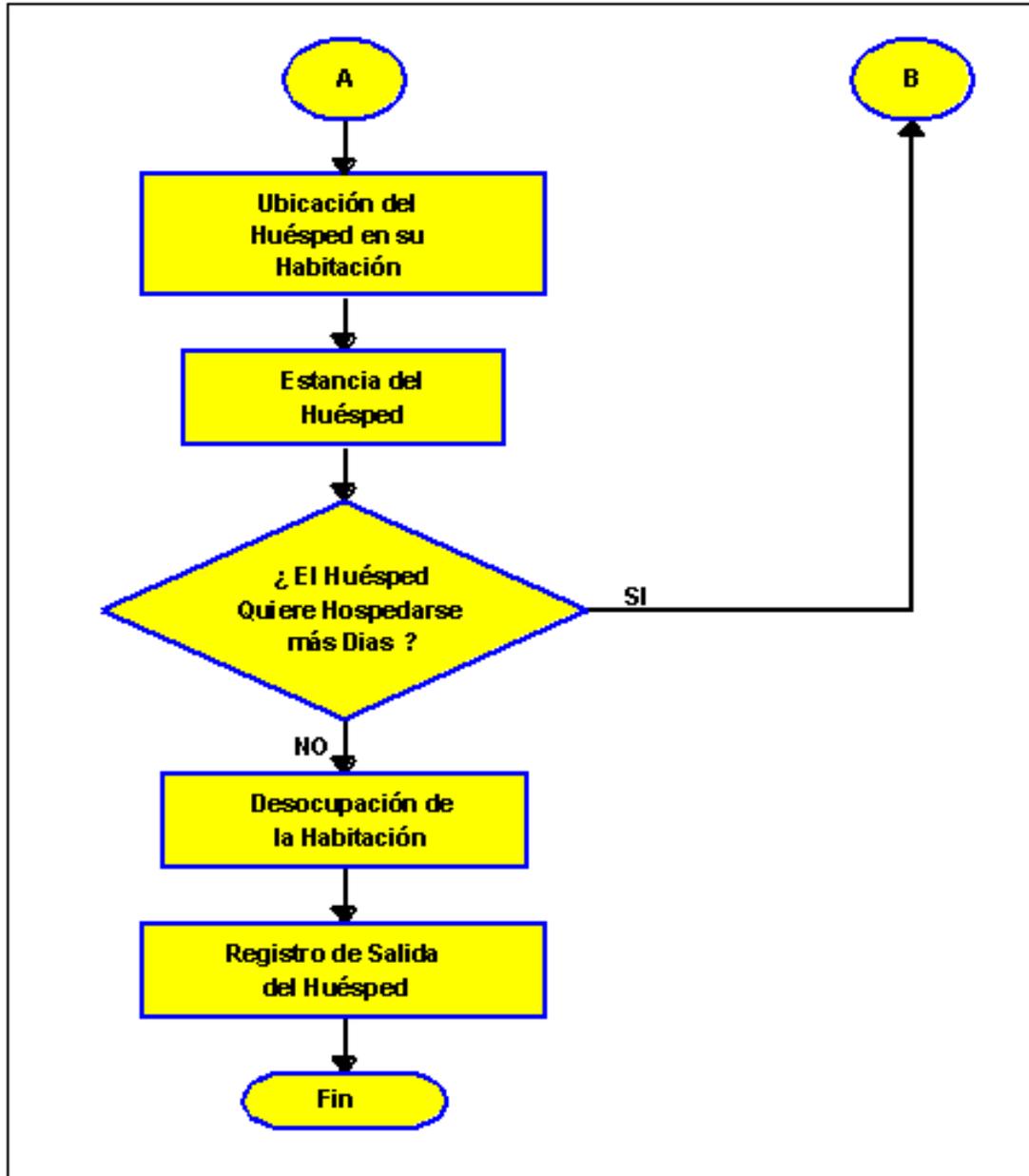
El Hotel Chávez & Suite Miraflores en la Calle San Martín 400.

**Ilustración 14 Mapa de la Ubicación del Hotel**

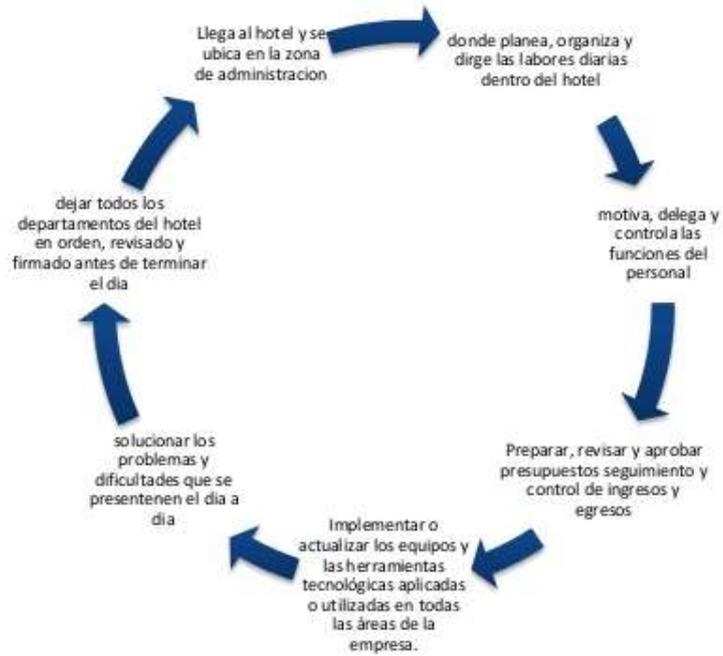


### 4.3 Flujo de Proceso Operativo

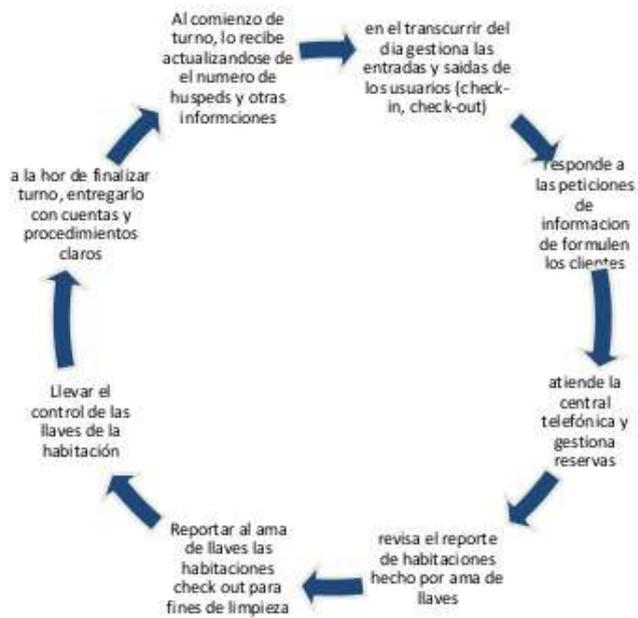
Ilustración 15 Flujograma de Servicio de Recepción



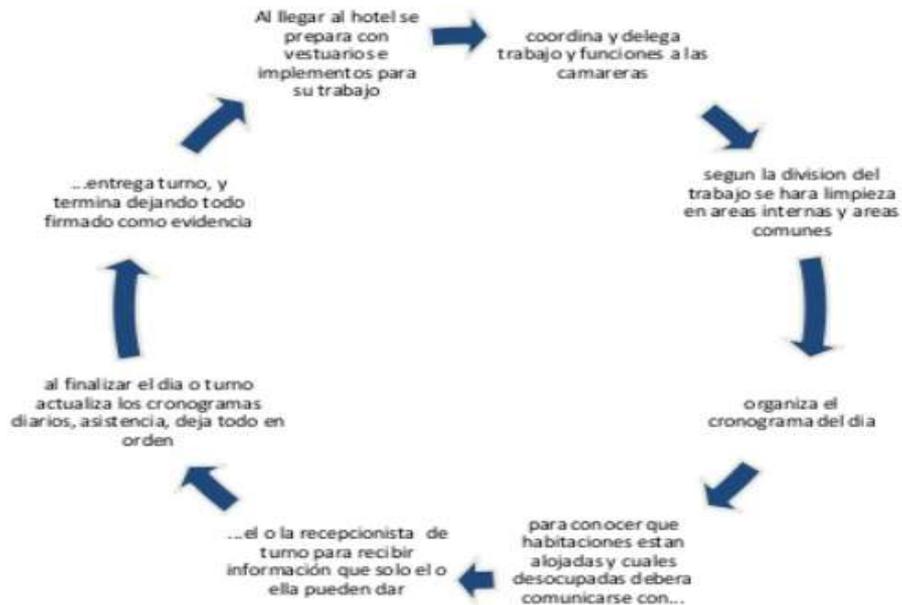
### Ilustración 16 Flujograma del Administrador



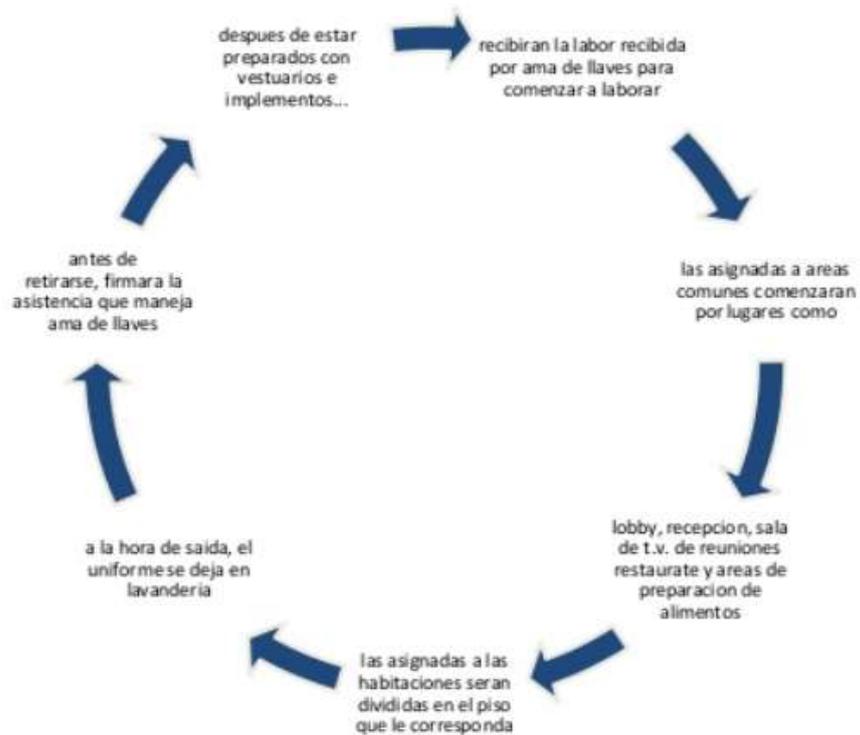
### Ilustración 17 Flujograma de la Recepción del Hotel



**Ilustración 18 Flujograma de la Ama de Llave**



**Ilustración 19 Flujograma de la Camarera**



#### 4.4 Diagrama de Operaciones en Proceso de la Elaboración

Ilustración 20 Flujograma de Servicio en el Restaurante

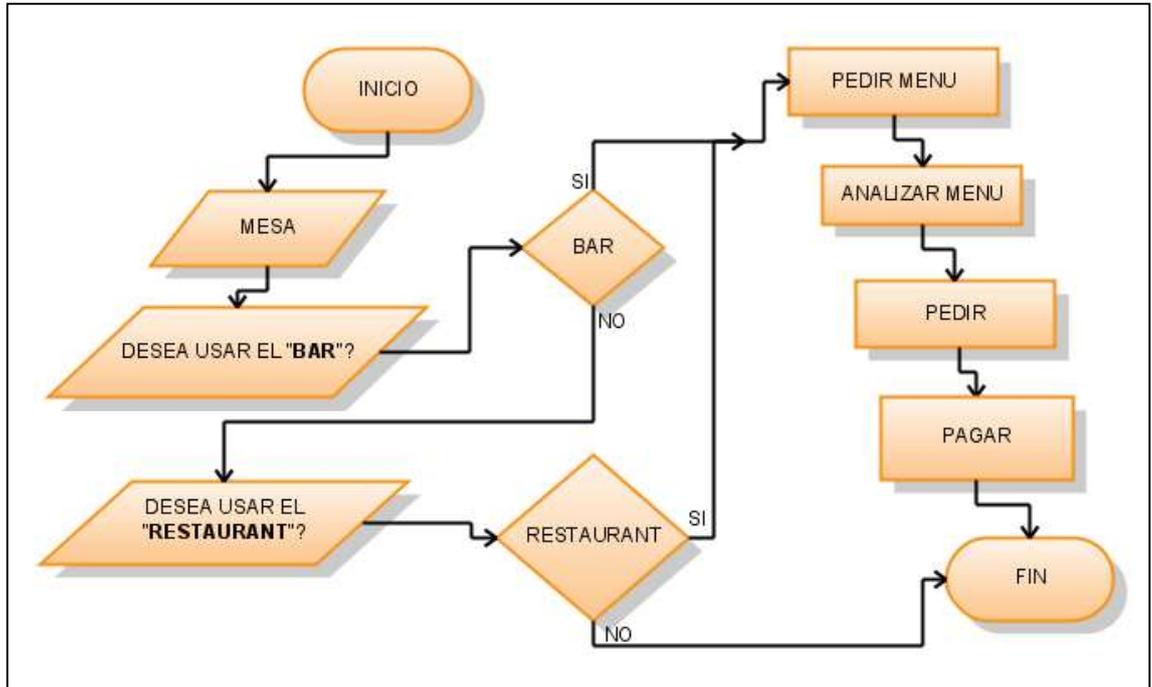


Ilustración 21 Flujograma de la Camarera

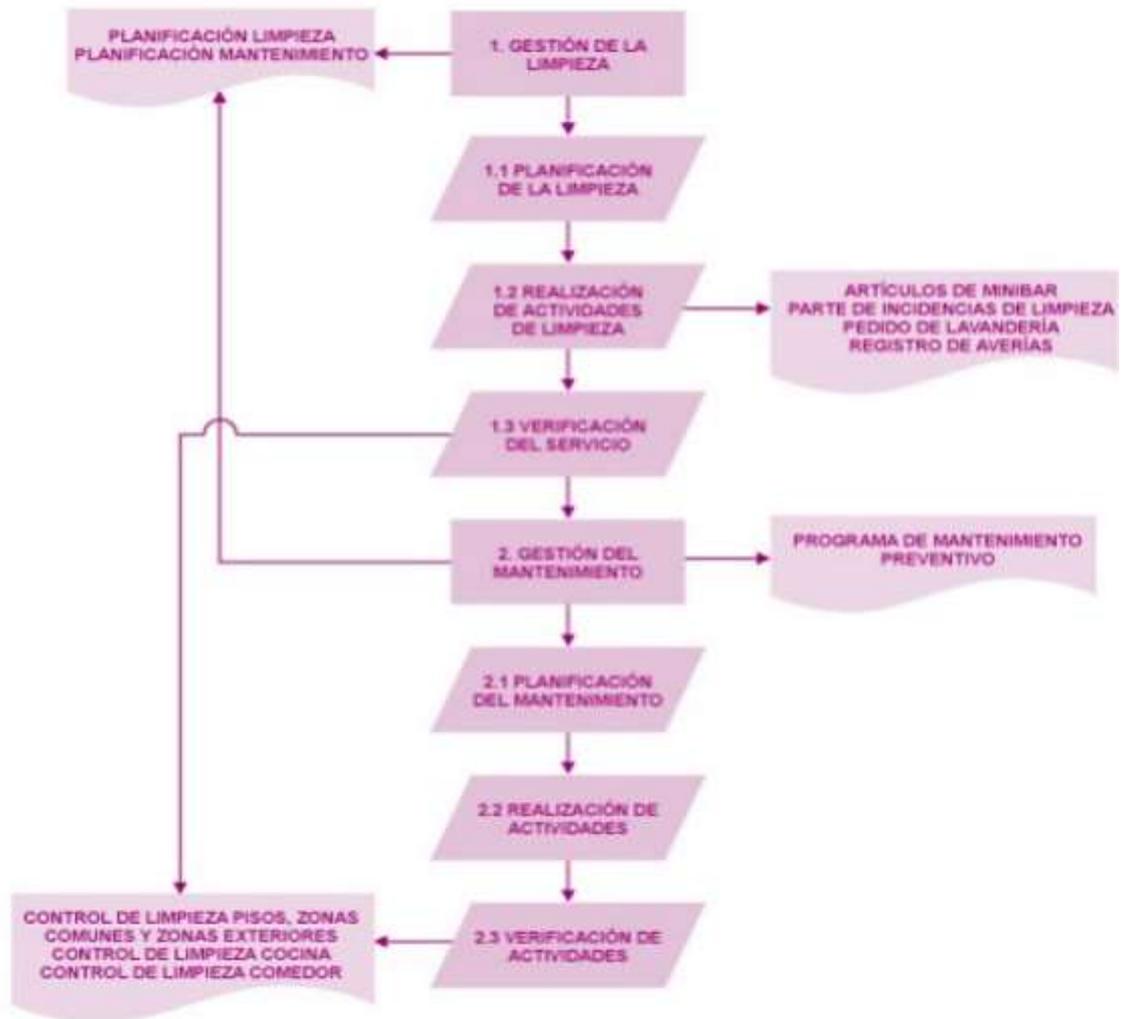


Ilustración 22 Flujograma de la Cocina

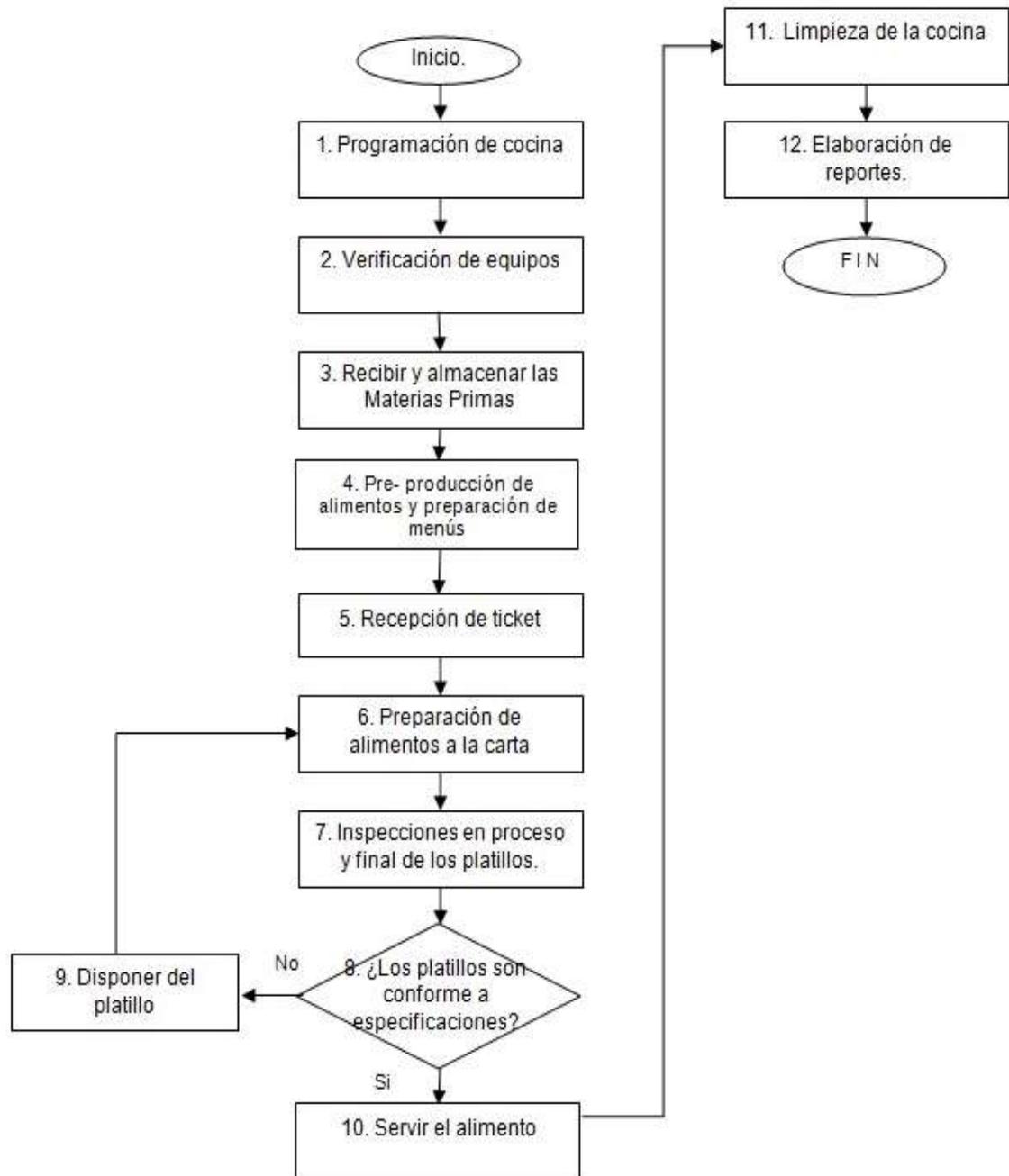
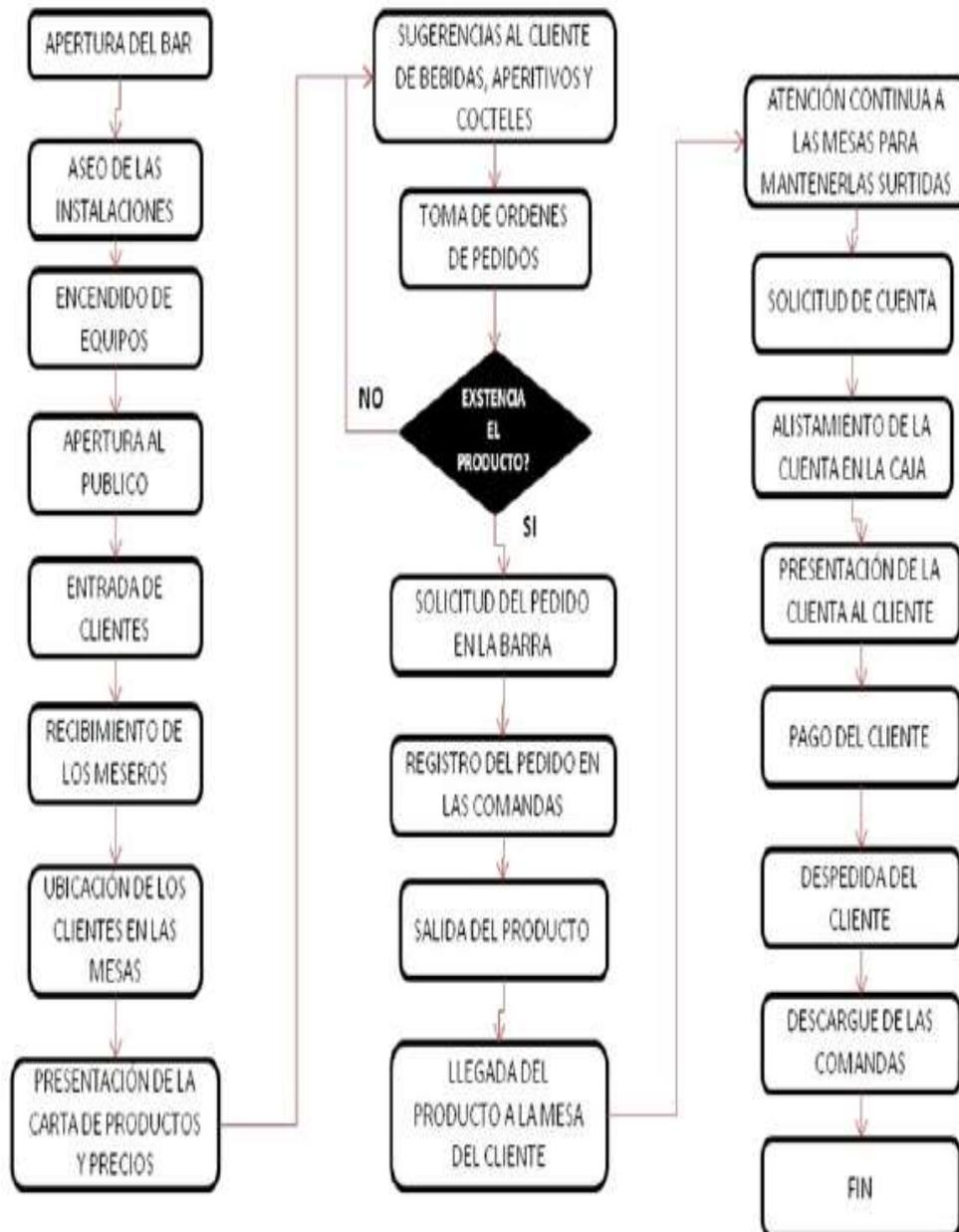
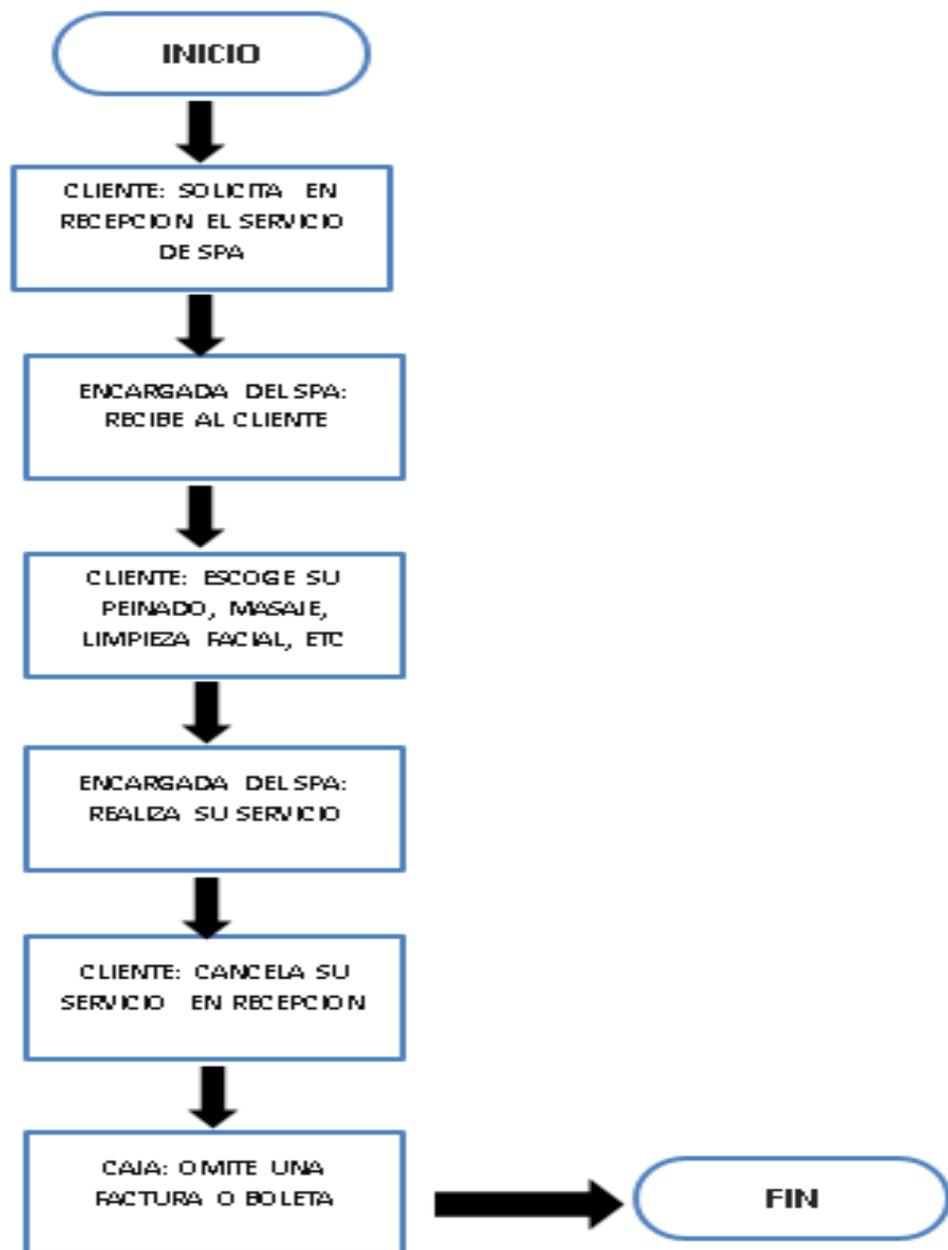


Ilustración 23 Flujoograma del Bar



**Ilustración 24** Flujograma del Área de SPA



## **CAPITULO V. PLAN FINANCIERO**

### **5.1 Supuestos**

Son las diferentes actividades que se realizan en la ejecución de nuestro proyecto de negocio, que van a garantizar la rentabilidad del negocio.

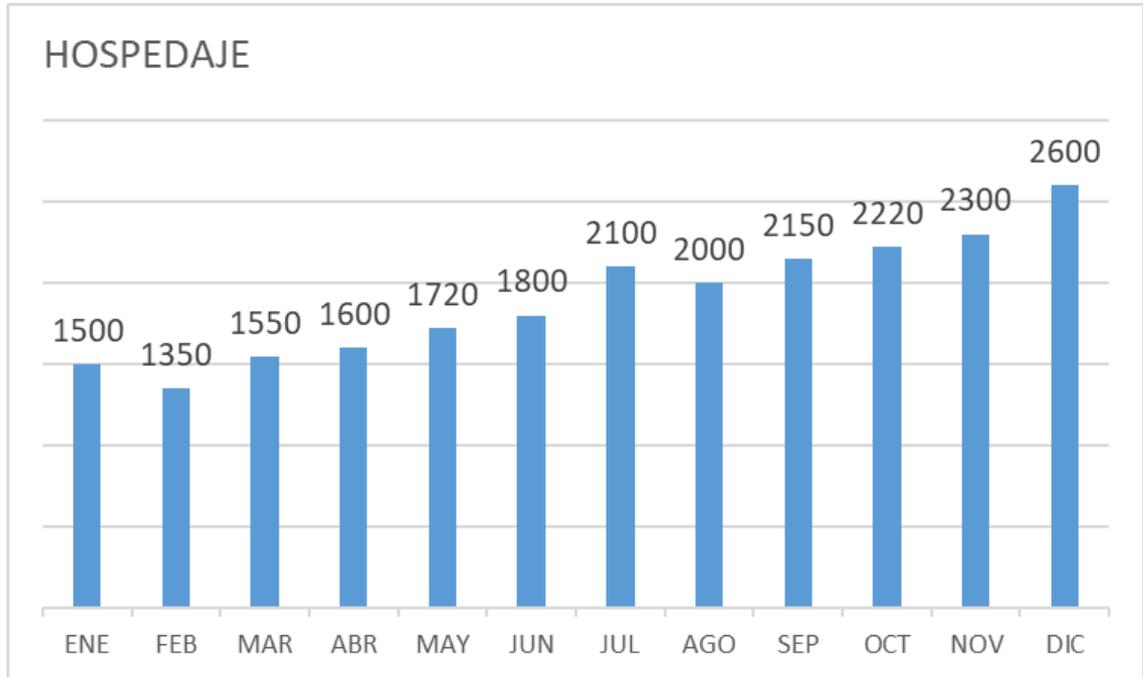
## 5.2 Proyección de Ventas

**Tabla 15 Proyección de Ventas en Unidades**

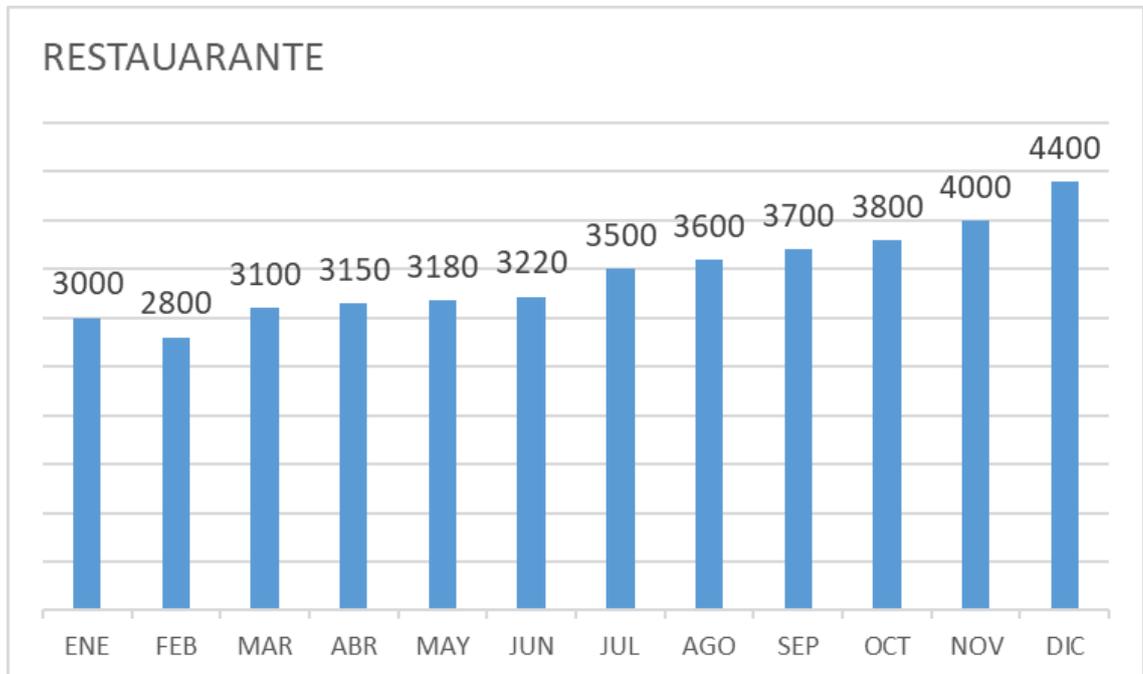
Producto	Precio del producto	Periodos												Total
		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
HOSPEDAJE	S/457.00	1500	1350	1550	1600	1720	1800	2100	2000	2150	2220	2300	2600	22890
RESTAURANTE	S/60.00	3000	2800	3100	3150	3180	3220	3500	3600	3700	3800	4000	4400	41450
BAR	S/60.00	750	650	800	830	860	900	950	1050	1075	1080	1090	1100	11135
SPA	S/90.00	1800	1600	1830	1880	1900	1940	2000	2050	2080	2110	2200	2300	23690
<b>TOTAL</b>		<b>5250</b>	<b>6400</b>	<b>7280</b>	<b>7460</b>	<b>7660</b>	<b>7860</b>	<b>8550</b>	<b>8700</b>	<b>9005</b>	<b>9210</b>	<b>9590</b>	<b>10400</b>	<b>99165</b>

Fuente: Elaboración propia.

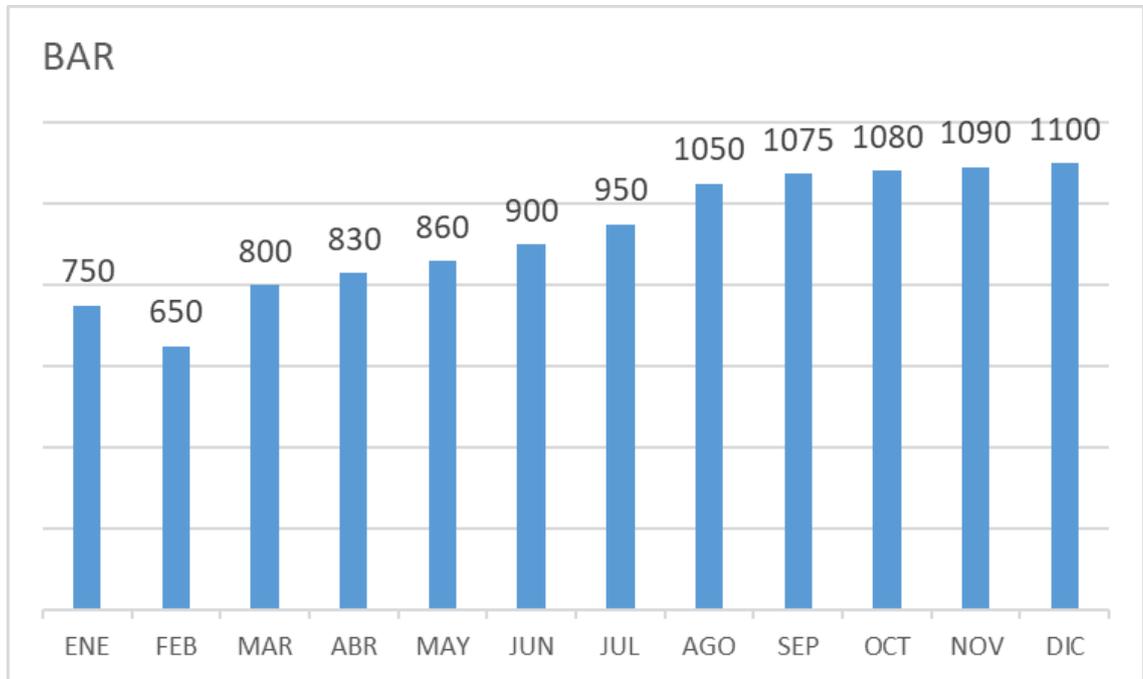
**Gráfico 3 Proyección de Ventas en Unidades - Hospedaje**



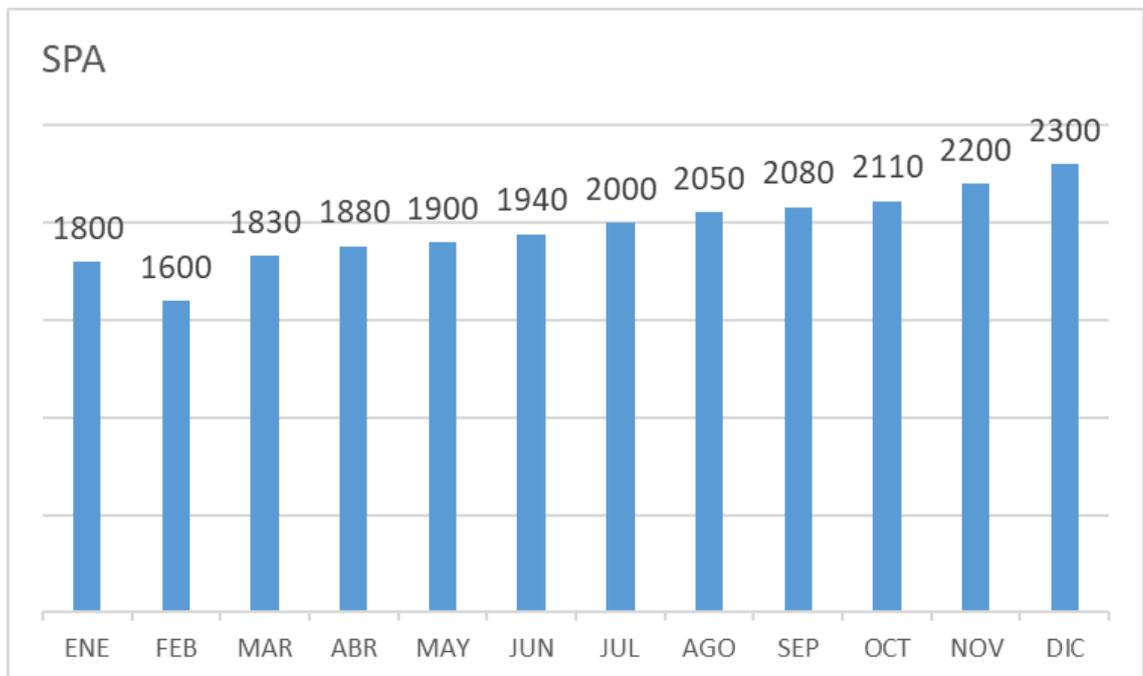
**Gráfico 4 Proyección de Ventas en Unidades - Restaurante**



**Gráfico 5 Proyección de Ventas en Unidades - Bar**



**Gráfico 6 Proyección de Ventas en Unidades - SPA**

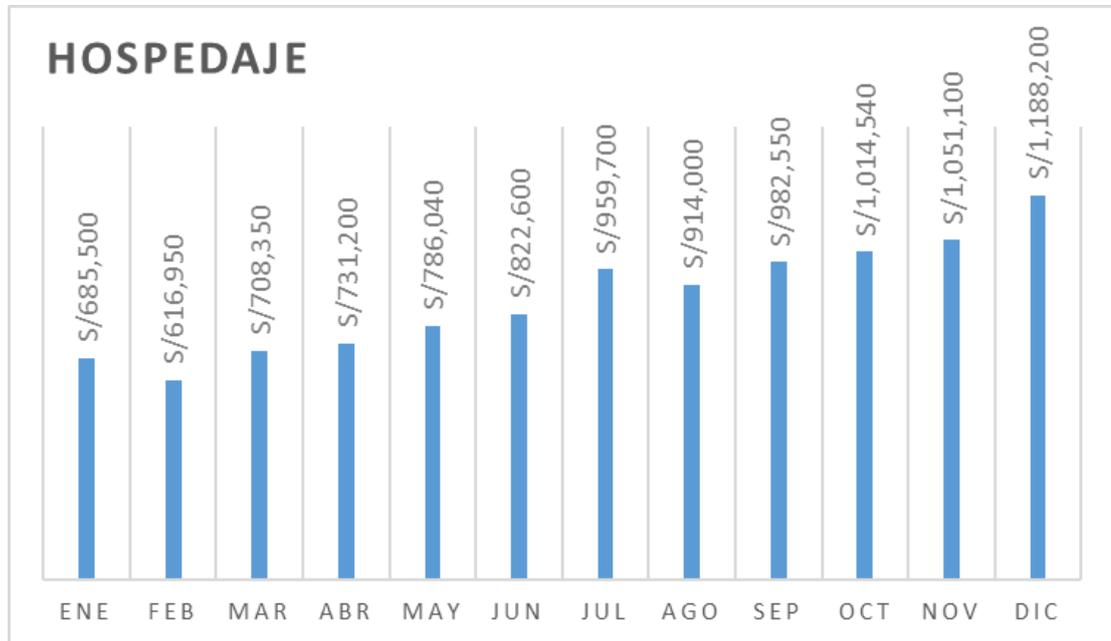


**Tabla 16 Proyección de Ventas en Nuevos Soles**

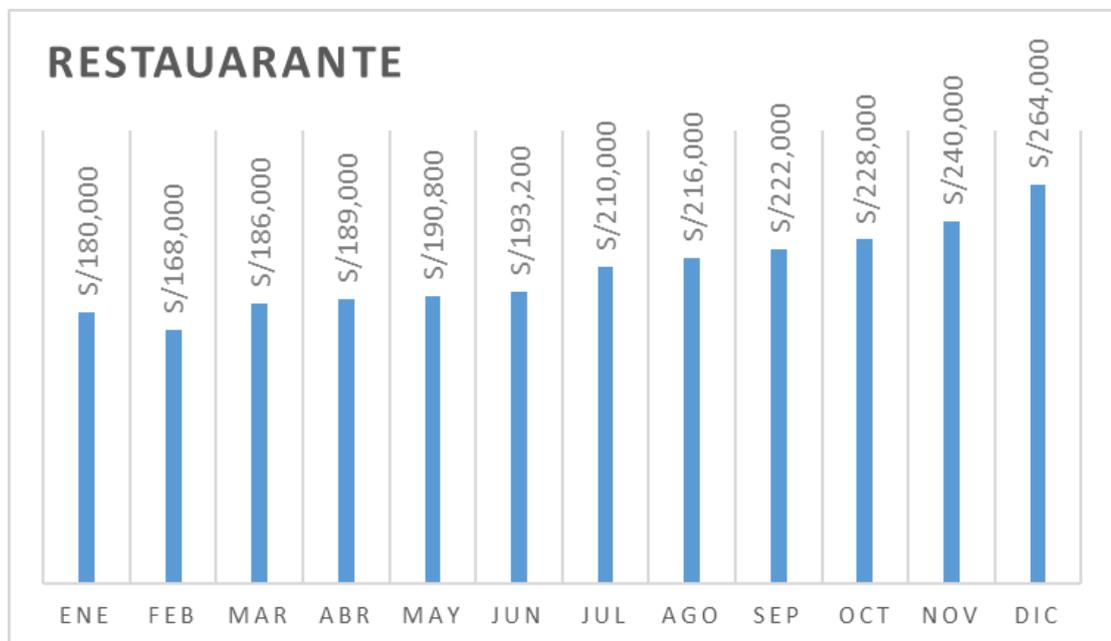
Producto	Precio del producto	Periodos												Total
		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
HOSPEDAJE	S/457.00	S/685,500	S/616,950	S/708,350	S/731,200	S/786,040	S/822,600	S/959,700	S/914,000	S/982,550	S/1,014,540	S/1,051,100	S/1,188,200	S/10,460,730
RESTAURANTE	S/60.00	S/180,000	S/168,000	S/186,000	S/189,000	S/190,800	S/193,200	S/210,000	S/216,000	S/222,000	S/228,000	S/240,000	S/264,000	S/2,487,000
BAR	S/60.00	S/45,000	S/39,000	S/48,000	S/49,800	S/51,600	S/54,000	S/57,000	S/63,000	S/64,500	S/64,800	S/65,400	S/66,000	S/668,100
SPA	S/90.00	S/162,000	S/144,000	S/164,700	S/169,200	S/171,000	S/174,600	S/180,000	S/184,500	S/187,200	S/189,900	S/198,000	S/207,000	S/2,132,100
<b>TOTAL</b>		<b>S/910,500</b>	<b>S/823,950</b>	<b>S/942,350</b>	<b>S/970,000</b>	<b>S/1,028,440</b>	<b>S/1,069,800</b>	<b>S/1,226,700</b>	<b>S/1,193,000</b>	<b>S/1,269,050</b>	<b>S/1,307,340</b>	<b>S/1,356,500</b>	<b>S/1,518,200</b>	<b>S/15,747,930</b>

Fuente: Elaboración propia.

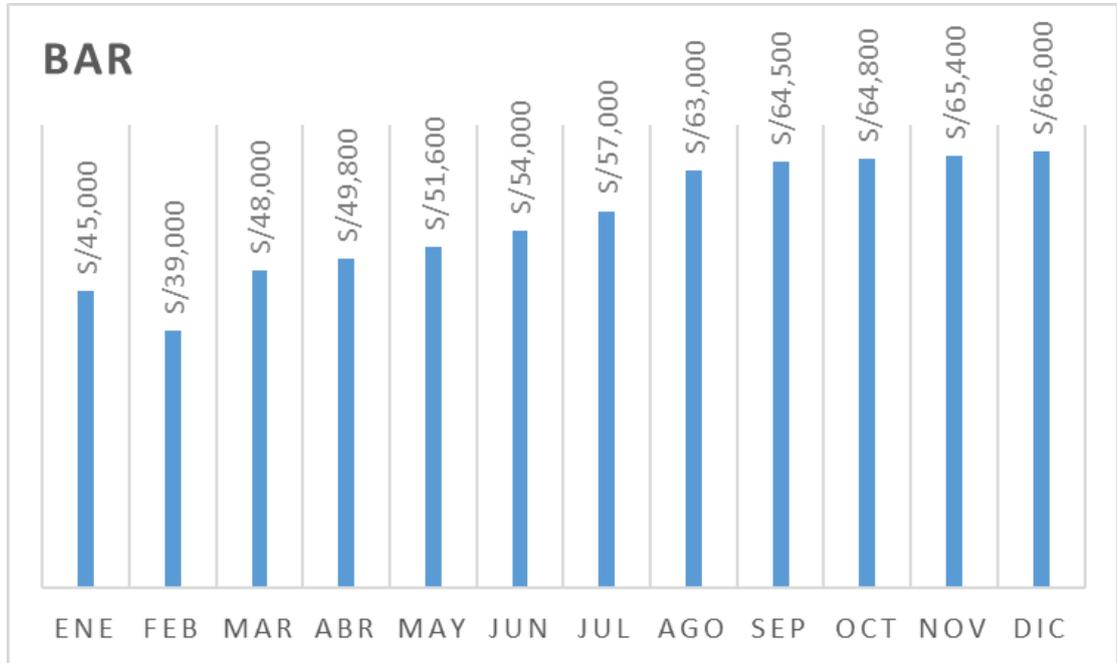
**Gráfico 7 Proyección de Ventas en Soles - Hospedaje**



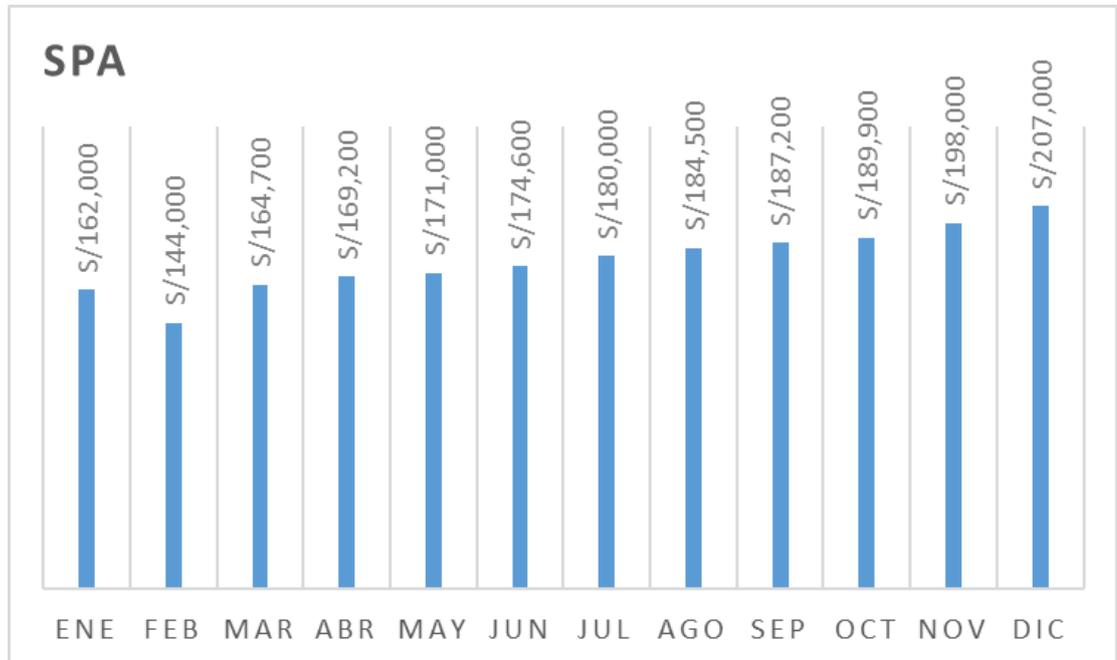
**Gráfico 8 Proyección de Ventas en Soles - Restaurante**



**Gráfico 9 Proyección de Ventas en Soles - Bar**



**Gráfico 10 Proyección de Ventas en Soles - SPA**



### **5.3 Estimación de Inversión Inicial**

Es la cantidad de dinero que se utilizó inicialmente en nuestro plan de negocio, para cubrir los costos iniciales.

#### **5.3.1 Inversión Fija**

Se refiere a los gastos preoperativos en nuestro proyecto.

#### **5.3.2 Capital de Trabajo**

Es la sumatoria de inversiones en bienes y servicios (fija, diferida y capital)

**Tabla 17 Plan de Inversión**

Rubro	Valor Unit.	Unid. Requeridas	Total
<b>1. Activo Fijo</b>			
<b>Terrenos y/o Infraestructura</b>			
Área local 600m2 (x S/. 8,326)	S/. 4.995.600	1	S/. 4.995.600
Construcción 70%	S/. 3.496.920	1	S/. 3.496.920
<b>TOTAL</b>			<b>S/. 8.492.520,00</b>
<b>Maquinaria y equipo</b>			
Maquinaria y equipo	S/. 613.062	1	S/. 613.062
<b>Herramientas y utensilios</b>			
Herramientas y utensilios	S/. 30.610	1	S/. 30.610
<b>Muebles y enseres</b>			
Muebles y enseres	S/. 548.355	1	S/. 548.355
<b>TOTAL</b>			<b>S/. 1.192.027</b>
<b>Total Activos Fijos</b>			<b>S/. 9.684.547</b>
<b>2. Gastos Pre Operativos</b>			
Licencia de anuncios	S/. 1.400	1	S/. 1.400
Gastos notariales/Sunarp	S/. 1.500	1	S/. 1.500
sanitario	S/. 30	46	S/. 1.380
Certificado de Defensa Civil	S/. 7.500	1	S/. 7.500
Publicidad	S/. 30.000	1	S/. 30.000
Asesoría	S/. 10.000	1	S/. 10.000
<b>Total Gastos Pre Operativos</b>			<b>S/. 51.780</b>
<b>3. Capital de Trabajo</b>			
Planilla (x3 meses)	S/. 66.200	3	S/. 198.600
M.P (x3 meses)	S/. 51.375	3	S/. 154.125
<b>Total Capital de Trabajo</b>			<b>S/. 352.725</b>
<b>TOTAL</b>			<b>S/. 10.089.052</b>

**Fuente: Elaboración propia.**

## 5.4 Fuentes de Financiamiento

Somos 4 socios con un aporte total de S/. 10.089.052

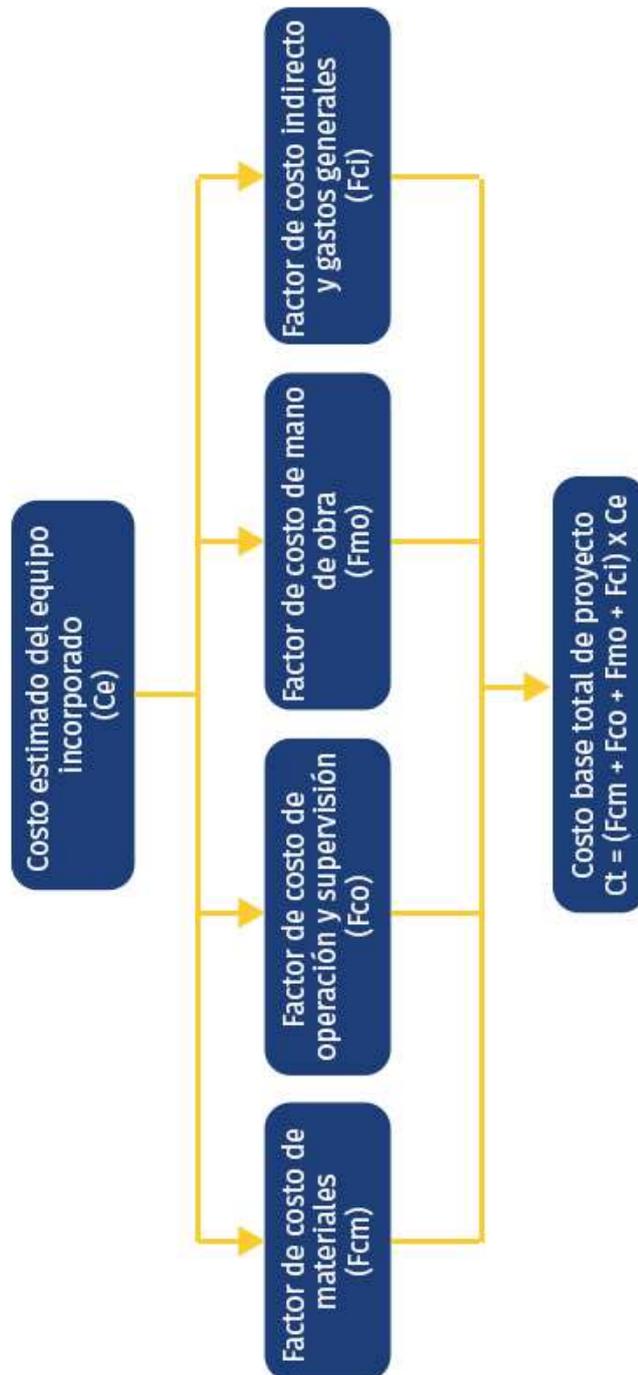
**Cuadro 6 Aportes**

<b>APORTES DE LOS SOCIOS</b>	<b>S/.</b>
<b>SOCIO 1</b>	<b>S/. 2.522.263</b>
<b>SOCIO 2</b>	<b>S/. 2.522.263</b>
<b>SOCIO 3</b>	<b>S/. 2.522.263</b>
<b>SOCIO 4</b>	<b>S/. 2.522.263</b>
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 10.089.052</b>

**Fuente: Elaboración propia.**

## 5.5 Estimación de Costos

Ilustración 25 Estimación de Costos



## 5.5.1 Costos Fijos / Costos Variables

**Tabla 18 Costos Fijos / Costos Variables**

Rubro	Valor Unit.	Unid. Requeridas	Costo Total	
			FIJO	VARIABLE
<b>1. Costos Directos</b>				
<b>Materiales</b>				
Maquinaria y equipo	S/. 613,062	1	S/. 613,062	
Herramientas y utensilios	S/. 30,610	1	S/. 30,610	
Muebles y enseres	S/. 548,355	1	S/. 548,355	
Insumos (x1 mes)	S/. 51,375	1		S/. 51,375
Total Costos Directos			S/. 1,192,027	S/. 51,375
<b>2. Costos Indirectos</b>				
<b>Gastos Administrativos</b>				
Compra de terreno y construcción	S/. 8,492,520	1	S/. 8,492,520	
Pago a Planilla (x1 mes)	S/. 66,200	1	S/. 66,200	
<b>Gastos de Ventas</b>				
Licencia	S/. 1,400	1	S/. 1,400	
notariales	S/. 1,500	1	S/. 1,500	
Carné sanitario	S/. 30	46	S/. 1,380	
Indeci	S/. 7,500	1	S/. 7,500	
Publicidad	S/. 30,000	1	S/. 30,000	
Asesoría	S/. 10,000	1	S/. 10,000	
Total Costos Indirectos			S/. 9,802,527	S/. 51,375
<b>TOTAL</b>				<b>S/. 9,853,902</b>

Costo Total	
FIJO	VARIABLE
S/. 9,802,527	S/. 51,375
<b>S/. 9,853,902</b>	

Fuente: Elaboración propia.

## 5.6 Estimación de Precio

El éxito de una organización depende principalmente de una buena estrategia de precios.

$$\text{Costo Fijo Total (CFT)} = S/. 9,802,527$$

$$\text{Costo Variable Total (CVT)} = S/. 51,375$$

$$CFU = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Número Total de Unidades Producidas en un período de tiempo}} \\ (\text{días, semanas, meses, etc})$$

$$CVU = \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Número Total de Unidades Producidas en un período de tiempo}} \\ (\text{días, semanas, meses, etc})$$

$$CTU = CFU + CVU$$

### ➤ HOSPEDAJE

Unidades producidas = **22890** unidades al año

$$CFU = \frac{S/. 9,802,527}{22890} = S/. 428.24$$

$$CVU = \frac{S/. 51,375}{22890} = S/. 2.24$$

$$CTU = S/. 428.24 + S/. 2.24 = S/. 430.49$$

➤ **RESTAURANTE**

Unidades producidas = **41450** unidades al año

$$CFU = \frac{S/. \ 9,802,527}{41450} = S/. \ 236.49$$

$$CVU = \frac{S/. \ 51.375}{41450} = S/. \ 1.24$$

$$CTU = S/. \ 236.49 + S/. \ 1.24 = S/. \ 237.73$$

➤ **BAR**

Unidades producidas = **11135** unidades por año

$$CFU = \frac{S/. \ 9,802,527}{11135} = S/. \ 880.33$$

$$CVU = \frac{S/. \ 51.375}{11135} = S/. \ 4.61$$

$$CTU = S/. \ 880.33 + S/. \ 4.61 = S/. \ 884.95$$

➤ **SPA**

Unidades producidas = **23690** unidades por año

$$CFU = \frac{S/. \ 9,802,527}{23690} = S/. \ 413.78$$

$$CVU = \frac{S/. \ 51.375}{23690} = S/. \ 2.17$$

$$CTU = S/. \ 413.78 + S/. \ 2.17 = S/. \ 415.95$$

## 5.7 Punto de Equilibrio

***Contribución Marginal = Precio Venta - Costo Variable Unitario***

***Punto de Equilibrio = Costo Fijo Total / Margen de Contribución***  
***= Cantidades***

***Punto de Equilibrio en S/. = Cantidades x precio de venta***

### ➤ HOSPEDAJE

DATOS	
Precio de Venta Unitario por MES (PV) (30x457)	S/.13710
Costo Variable Unitario	S/. 2.24

$$C.M = S/. 13,710 - S/. 2.24 = S/. 13,707.76$$

**En Unidades**

$$PE = \frac{S/. 9,802,527}{S/. 13,707.76}$$

**En Soles**

$$PE = 715.11 * 457$$

$$PE = 715.11 \text{ Habitaciones por mes} \quad PE \text{ MENSUAL} = S/. 326,804.40$$

$$PE = 23.84 \text{ Habitaciones por día}$$

➤ **RESTAURANTE**

DATOS	
Precio de Venta Unitario por mes (PV) (30x60)	S/. 1800
Costo Variable Unitario	S/. 1.24

$$C.M = S/. 1,800 - S/. 1.24 = S/. 1,798.76$$

**En Unidades**

**En Soles**

$$PE = \frac{S/. 9,802,527}{S/. 1,798.76}$$

$$PE = 5449.60 * 60$$

$$PE = 5449.60 \text{ Platos por mes} \quad PE \text{ MENSUAL} = S/. 326,976.05$$

$$PE = 181.65 \text{ Platos por día}$$

➤ **BAR**

DATOS	
Precio de Venta Unitario por mes (PV) (60x30)	S/. 1800
Costo Variable Unitario	S/.4.61

$$C.M = S/. 1,800 - S/. 4.61 = S/. 1,795.39$$

**En Unidades**

**En Soles**

$$PE = \frac{S/. 9,802,527}{S/. 1,795.39}$$

$$PE = 5459.84 * 60$$

$$PE = 5459.84 \text{ Bebidas por mes} \quad PE \text{ MENSUAL} = S/. 327,590.59$$

$$PE = 181.99 \text{ Bebidas por día}$$

➤ SPA

DATOS	
Precio de Venta Unitario por mes (PV) (90x30)	S/. 2700
Costo Variable Unitario	S/.2.17

$$C.M = S/. 2,700 - S/. 2.17 = S/. 2,697.83$$

En Unidades

En Soles

$$PE = \frac{S/. 9,802,527}{S/. 2,697.83}$$

$$PE = 3633.48 * 90$$

$$PE = 3633.48 \text{ Tratamientos por mes} \quad PE \text{ MENSUAL} = S/. 327,013.56$$

$$PE = 121.12 \text{ Tratamientos por día}$$

## CAPITULO VI. EVALUACIÓN FINANCIERA

### 6.1 Flujo de Caja Proyectado

Cuadro 7 Flujo de Caja

CONCEPTO	0	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
<b>INGRESOS (A)</b>														
HOSPEDAJE		S/. 685,500	S/. 616,950	S/. 708,350	S/. 731,200	S/. 786,040	S/. 822,600	S/. 959,700	S/. 914,000	S/. 982,550	S/. 1,014,540	S/. 1,051,100	S/. 1,188,200	S/. 10,460,730
RESTAURANTE		S/. 180,000	S/. 168,000	S/. 186,000	S/. 189,000	S/. 190,800	S/. 193,200	S/. 210,000	S/. 216,000	S/. 222,000	S/. 228,000	S/. 240,000	S/. 264,000	S/. 2,487,000
BAR		S/. 45,000	S/. 39,000	S/. 48,000	S/. 49,800	S/. 51,600	S/. 54,000	S/. 57,000	S/. 63,000	S/. 64,500	S/. 64,800	S/. 65,400	S/. 66,000	S/. 668,100
SPA		S/. 162,000	S/. 144,000	S/. 164,700	S/. 169,200	S/. 171,000	S/. 174,600	S/. 180,000	S/. 184,500	S/. 187,200	S/. 189,900	S/. 198,000	S/. 207,000	S/. 2,132,100
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		S/. 910,500	S/. 823,950	S/. 942,350	S/. 970,000	S/. 1,028,440	S/. 1,069,800	S/. 1,226,700	S/. 1,193,000	S/. 1,269,050	S/. 1,307,340	S/. 1,356,500	S/. 1,518,200	S/. 15,747,930
<b>EGRESOS (B)</b>														
<b>2. ACTIVO FIJO</b>														
2.1 TERRENOS E INFRAESTRUCTURA	S/. 8,492,520													
2.2 MAQUINARIA Y EQUIPOS	S/. 613,062													
2.3 HERRAMIENTAS	S/. 30,610													
2.4 MUEBLES Y ENSERES	S/. 548,355													
<b>3. GASTOS PRE OPERATIVOS</b>														
3.1 Licencia de funcionamiento	S/. 1,400													
3.2 Gastos notariales/Sunarp	S/. 1,500													
3.3 Carné de sanidad	S/. 1,380													
3.4 Certificado de Defensa Civil	S/. 7,500													
3.5 Promoción	S/. 30,000													
3.6 Asesoría Especializada	S/. 10,000													
<b>Total</b>	S/. 9,736,327													
<b>4. COSTOS INDIRECTOS</b>														
<b>4.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		S/. 66,200	S/. 66,200	S/. 66,200	S/. 66,200	S/. 66,200	S/. 66,200	S/. 66,200	S/. 66,200					
<i>Cuentas</i>														
<b>5. SALDOS ANTES DE IMPUESTOS (A-B)</b>	<b>-S/. 9,736,327</b>	S/. 844,300	S/. 757,750	S/. 876,150	S/. 903,800	S/. 962,240	S/. 1,003,600	S/. 1,160,500	S/. 1,126,800	S/. 1,282,850	S/. 1,241,140	S/. 1,290,300	S/. 1,452,000	
<b>6. IMPUESTOS (30%)</b>		S/. 253,290	S/. 227,325	S/. 262,845	S/. 271,140	S/. 288,672	S/. 301,080	S/. 348,150	S/. 338,040	S/. 360,855	S/. 372,342	S/. 387,090	S/. 435,600	S/. 3,846,429
<b>7. SALDO ECONOMICO (C)</b>	<b>-S/. 9,736,327</b>	S/. 591,010	S/. 530,425	S/. 613,305	S/. 632,660	S/. 673,568	S/. 702,520	S/. 812,350	S/. 788,760	S/. 921,995	S/. 868,798	S/. 903,210	S/. 1,016,400	S/. 8,975,001

Fuente: Elaboración propia.

## 6.2 Tasa de Descuento

En forma operativa se requiere para calcular el valor actual neto, así como para minimizar el riesgo del proyecto de nuestro hotel.

## 6.3 Relación Beneficio/ Costo

$$B/C = \frac{\text{Valor actual de ingresos (ventas proyectadas)}}{\text{Valor actual de los costos totales (inversion total)}}$$

$$B/C = \frac{S/. 44,875,005.00}{S/. 10,089,052.00}$$

$$B/C = 4.45\%$$

## **CAPITULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **7.1 Conclusiones**

1. La estrategia de marketing del plan de negocio “Hotel Chávez & Suite Cuatro Estrellas” se ha realizado con altos estándares de calidad.
2. El plan de negocio se basa a un óptimo estudio de mercado y estrategia de marketing de acuerdo a la demanda).
3. La localización estratégica del hotel garantiza lo óptimo y rentable del proyecto de negocio hotelero en Miraflores.
4. De acuerdo con el estudio realizado es viable el desarrollo del plan de “Hotel Chávez & Suite Cuatro Estrellas” en la ubicación planteada, la cual es atendida actualmente por la oferta de establecimientos más alejados de la misma categoría, sin ofrecer los servicios planteados en esta investigación.
5. Se concluye que el plan de negocio “Hotel Chávez & Suite Cuatro Estrellas” con una favorable estrategia de marketing, obteniendo un beneficio costo del 4.45% (Rentable)

## **7.2 Recomendaciones**

1. Se recomienda la viabilidad del proyecto “Hotel Chávez & Suite Cuatro Estrellas”, se ha considerado todas las actividades y procesos de una excelente gestión de estrategia de marketing.
2. El turismo sí tiene el potencial para convertirse en una de las grandes apuestas para generar desarrollo en las regiones.
3. Determinar un Plan de Marketing orientados a posicionar la empresa.
4. Considerar las pautas en relación del proyecto con lo aportado por Lovelook, el cual manifiesta una presencia de tangibilidad en los procesos del servicio prestado a los clientes.
5. El sector no actualiza su data, y a su vez se cuenta con un alto grado de informalidad de un 82.4% del sector.

# **ANEXOS**

## ANEXO 1

PERU 2018 CAPACIDAD INSTALADA DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE COLECTIVO Y PRIVADO									
	CLASIFICADOS			NO CLASIFICADOS			TOTAL DEPARTAMENTAL		
	Nº Estable	Nº Habita	Nº Plazas-Cama	Nº Estable	Nº Habita	Nº Plazas-Cama	Nº Estable	Nº Habita	Nº Plazas-Cama
AMAZONAS	93	1733	2758	251	2927	4518	344	4660	7276
ÁNCASH	253	4920	8595	589	6454	11321	842	11374	19916
APURÍMAC	25	629	1050	521	4366	6827	546	4995	7877
AREQUIPA	356	7174	13110	1158	10557	18294	1514	17731	31404
AYACUCHO	28	804	1549	450	4865	7787	478	5669	9336
CAJAMARCA	231	5292	8662	565	6388	10215	796	11680	18877
CALLAO	18	611	1206	256	3516	6265	274	4127	7471
CUSCO	271	8032	15242	1756	16870	31216	2027	24902	46458
HUANCAVELICA	7	144	227	162	2021	3050	169	2165	3277
HUÁNUCO	95	2423	3833	436	5130	7754	531	7553	11587
ICA	232	5985	11271	632	7480	12882	864	13465	24153
JUNÍN	70	1809	3200	1139	13016	21006	1209	14825	24206
LA LIBERTAD	350	7056	13126	738	6528	10859	1088	13584	23985
LAMBAYEQUE	274	5763	8636	362	4031	5930	636	9794	14566
LIMA METROPOLITANA	396	19259	35488	4279	41157	71419	4675	60416	106907
LIMA PROVINCIA	33	1067	2294	1022	9931	17868	1055	10998	20162
LORETO	83	1926	3515	651	6882	10940	734	8808	14455
MADRE DE DIOS	26	765	1384	271	3807	6370	297	4572	7754
MOQUEGUA	60	1011	1880	178	1910	3260	238	2921	5140
PASCO	38	660	1149	274	3417	5242	312	4077	6391
PIURA	80	2097	3557	897	9547	17000	977	11644	20557
PUNO	125	3108	5722	717	7022	12163	842	10130	17885
SAN MARTÍN	68	1679	3003	725	8883	14110	793	10562	17113
TACNA	107	2662	5172	423	4170	7558	530	6832	12730
TUMBES	27	1078	2556	180	2351	4760	207	3429	7316
UCAYALI	28	1049	1876	445	5083	7657	473	6132	9533
PERU	3374	88736	160061	19077	198309	336271	22451	287045	496332

Fuente: MINCETUR/VMT/DGIETA-Sistema de Información de Estadística de Turismo (SET).  
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA y DIRCETUR.

## ANEXO 2

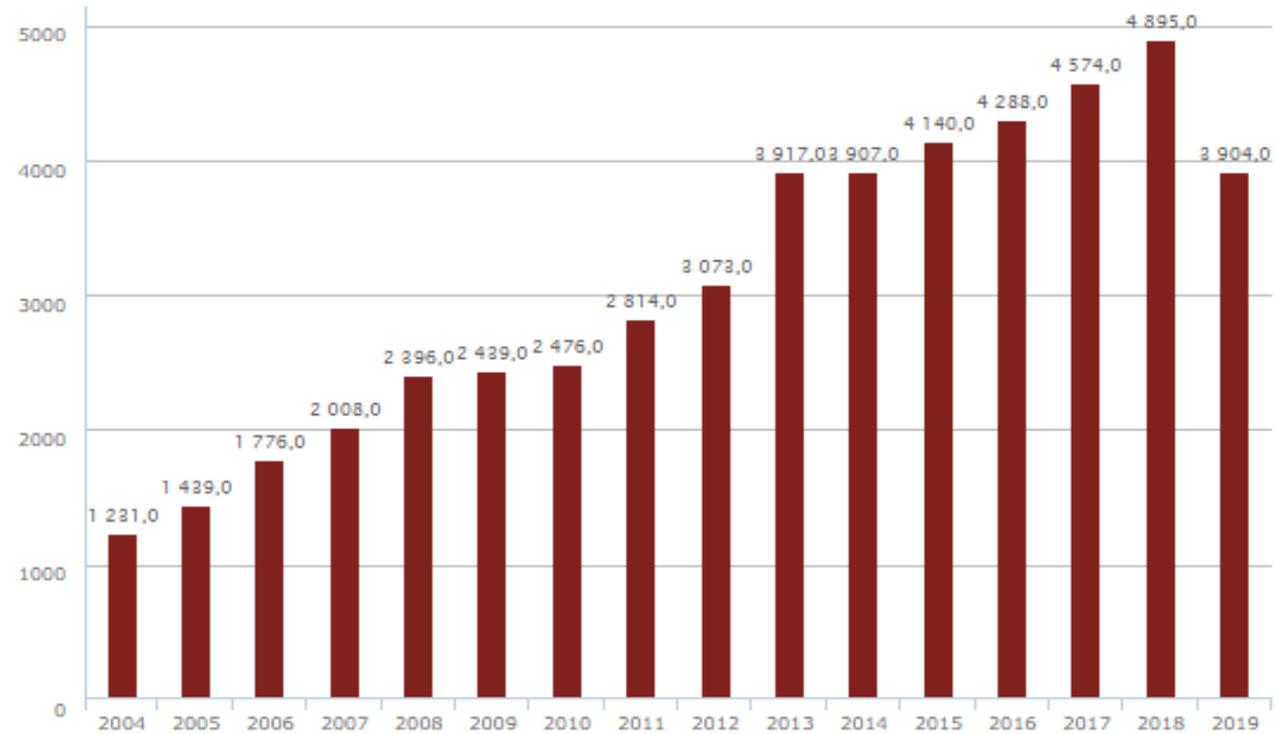
### PERU 2019 – CAPACIDAD OFERTADA DE ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE

	1 ESTRELLA			2 ESTRELLA			3 ESTRELLA			4 ESTRELLA			5 ESTRELLA			ALBERGUE		
	Nº Estable	Nº Habita	Nº Plazas-Cama	Nº Estable	Nº Habita	Nº Plazas-Cama	Nº Estable	Nº Habita	Nº Plazas-Cama	Nº Estable	Nº Habita	Nº Plazas-Cama	Nº Estable	Nº Habita	Nº Plazas-Cama	Nº Estable	Nº Habita	Nº Plazas-Cama
AMAZONAS	14	217	286	65	1237	1914	14	279	558	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÁNCASH	46	681	1104	153	2807	4888	49	1385	2495	0	0	0	0	0	0	5	47	108
APURÍMAC	4	60	89	13	363	562	6	168	327	0	0	0	0	0	0	2	38	72
AREQUIPA	61	964	1564	174	3203	5791	105	2482	4715	6	221	418	3	177	326	5	64	154
AYACUCHO	9	211	367	10	310	592	9	283	590	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CAJAMARCA	26	499	835	122	2620	4062	79	1959	3364	4	214	401	0	0	0	0	0	0
CALLAO	9	139	276	7	210	406	1	70	140	1	192	384	0	0	0	0	0	0
CUSCO	42	692	1193	102	1915	3419	90	3071	6016	12	1053	1984	12	1125	2141	13	176	489
HUANCVELICA	1	17	21	3	50	87	3	77	119	0	0	0	0	0	0	0	0	0
HUÁNUCO	23	500	749	56	1373	2120	15	498	874	1	52	90	0	0	0	0	0	0
ICA	16	240	341	116	2302	3984	89	2474	4813	5	471	1040	4	476	1058	2	22	35
JUNIN	11	144	233	41	991	1722	18	674	1245	0	0	0	0	0	0	0	0	0
LA LIBERTAD	31	408	731	168	2863	5137	145	3280	6257	4	238	467	2	267	534	0	0	0
LAMBAYEQUE	26	401	566	184	3458	5008	60	1547	3485	4	357	580	0	0	0	0	0	0
LIMA METROPOLITANA	40	879	1691	164	5797	10608	116	4958	9251	44	3621	6572	27	3894	6999	5	105	359
LIMA PROVINCIA	3	64	124	13	262	574	14	508	1103	1	66	146	1	145	307	1	12	24
LORETO	5	106	160	14	332	528	26	808	1388	2	90	150	1	65	135	35	525	1154
MADRE DE DIOS	4	92	122	9	236	405	5	182	321	0	0	0	0	0	0	8	255	536
MOQUEGUA	13	183	324	38	547	967	8	235	511	1	46	78	0	0	0	0	0	0
PASCO	15	255	385	12	177	321	6	140	226	0	0	0	0	0	0	5	88	217
PIURA	5	122	190	55	1205	1957	16	471	817	3	216	425	1	83	168	0	0	0
PUNO	21	387	676	63	1171	2100	32	974	1832	7	440	848	1	123	231	1	13	35
SAN MARTÍN	7	146	232	32	723	1224	21	681	1257	1	20	49	0	0	0	6	97	217
TACNA	14	259	455	67	1450	2855	25	803	1562	1	150	300	0	0	0	0	0	0
TUMBES	0	0	0	9	233	494	12	271	606	6	574	1456	0	0	0	0	0	0
UCAYALI	0	0	0	4	106	162	16	532	947	4	228	393	2	162	322	2	21	52
PERU	446	7666	12714	1694	35941	61884	980	28810	53819	107	8249	15781	54	6517	12221	90	1463	3452

Fuente: MINCETUR/VMT/DGIETA-Sistema de Información de Estadística de Turismo (SET).  
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA y DIRCETUR.

### ANEXO 3

Ingreso de divisas por turismo receptivo



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú

## ANEXO 4

### INFRAESTRUCTURA MÍNIMA PARA UN ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE CLASIFICADO COMO HOTEL

REQUISITOS MÍNIMOS	5****	4****	3***	2**	1*
Nº de Ingresos de uso exclusivo de los Huéspedes (separado de servicios)	1	1	1	-	-
<b>Nº de habitaciones</b> El número mínimo de suites debe ser igual al 5% del número total de habitaciones. (*)	40 ( )	30	20	20	20
Salones (m2 por número total de habitaciones) El área techada útil en conjunto no debe ser menor a:	3 m2	2.5 m2	1.5 m2	-	-
Bar independiente	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Comedor - Cafetería (m2. por Nº total de habitaciones) Deben estar techados y en conjunto no debe ser menor a:	1.5 m2 (separados)	1.25 m2	1 m2	-	-
Todas las habitaciones deben tener un closet o guardarropa de un mínimo de: m2	1.5 x 0.7	1.5 x 0.7	1.2 x 0.7	Debe tener	Debe tener
-Simples (m2)	13 m2	12 m2	11 m2	9 m2	8 m2
-Dobles (m2)	18 m2	16 m2	14 m2	12 m2	11m2
-Suites (m2 mínimo, si la sala está integrada al dormitorio)	28 m2	26 m2	24 m2	-	-
-Suites (m2 mínimo, si la sala está separada del dormitorio)	32 m2	28 m2	26 m2	-	-
-Cantidad de servicios higiénicos por habitación (tipo de baño)	1 baño privado con tina	1 baño privado con tina	baño privado con ducha	1 cada 2 hab. con ducha	1 cada 4 hab. Con ducha
-Área mínima	5.5 m2	4.5 m2	4m2	3 m2	3 m2
-Todas las paredes deben estar revestidas con material impermeable de calidad comprobada (metros)	altura 2.10	altura 2.10	altura 1.80	altura 1.80	altura 1.80
Servicios y equipos para las habitaciones: - Aire acondicionado frío (tomándose en cuenta la temperatura promedio de la zona)	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
- Calefacción (tomándose en cuenta la temperatura promedio de la zona)	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
- Agua fría y caliente las 24 horas (no se aceptan sistemas activados por el huésped)	Obligatorio en ducha y lavatorio	Obligatorio en ducha y lavatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
- Alarma, detector y extintor de incendios	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
- Tensión 110 y 220 v.	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
- Teléfono con comunicación nacional e internacional (en el dormitorio y en el baño)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio solo en el dormitorio/	-	-
- Ascensor de uso público (excluyendo sótano o semi-sótano)	Obligatorio a partir de 4 plantas.	Obligatorio a partir de 4 plantas.	Obligatorio a partir de 5 plantas.	Obligatorio a partir de 5 plantas.	Obligatorio a partir de 5 plantas.
- Ascensor de servicio distintos a los de uso público (con parada en todos los pisos y incluyendo sótano o semi-sótano).	Obligatorio a partir de 4 plantas	Obligatorio a partir de 4 plantas	-	-	-
- Alimentación eléctrica de emergencia para los ascensores	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
- Estacionamiento privado y cerrado (porcentaje por el Nº de habitaciones)	30 %	25 %	20 %	-	-
- Estacionamiento frontal para vehículos en tránsito	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
- Generación de energía eléctrica para emergencia	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
-Recepción y Conserjería.	Obligatorio-separados	Obligatorio-separados	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
-Sauna, Baños turcos o hidromasajes	Obligatorio	-	-	-	-
-Servicios higiénicos públicos	Obligatorio diferenciados por sexo	Obligatorio diferenciados por sexo	Obligatorio diferenciados por sexo	Obligatorio	Obligatorio
- Teléfono de uso público	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
-Cocina (porcentaje del comedor)	60%	50%	40%	-	-
-Zona de manteniendo	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
-Oficio(s) de piso	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio sin teléfono	-	-

**ANEXO 5**

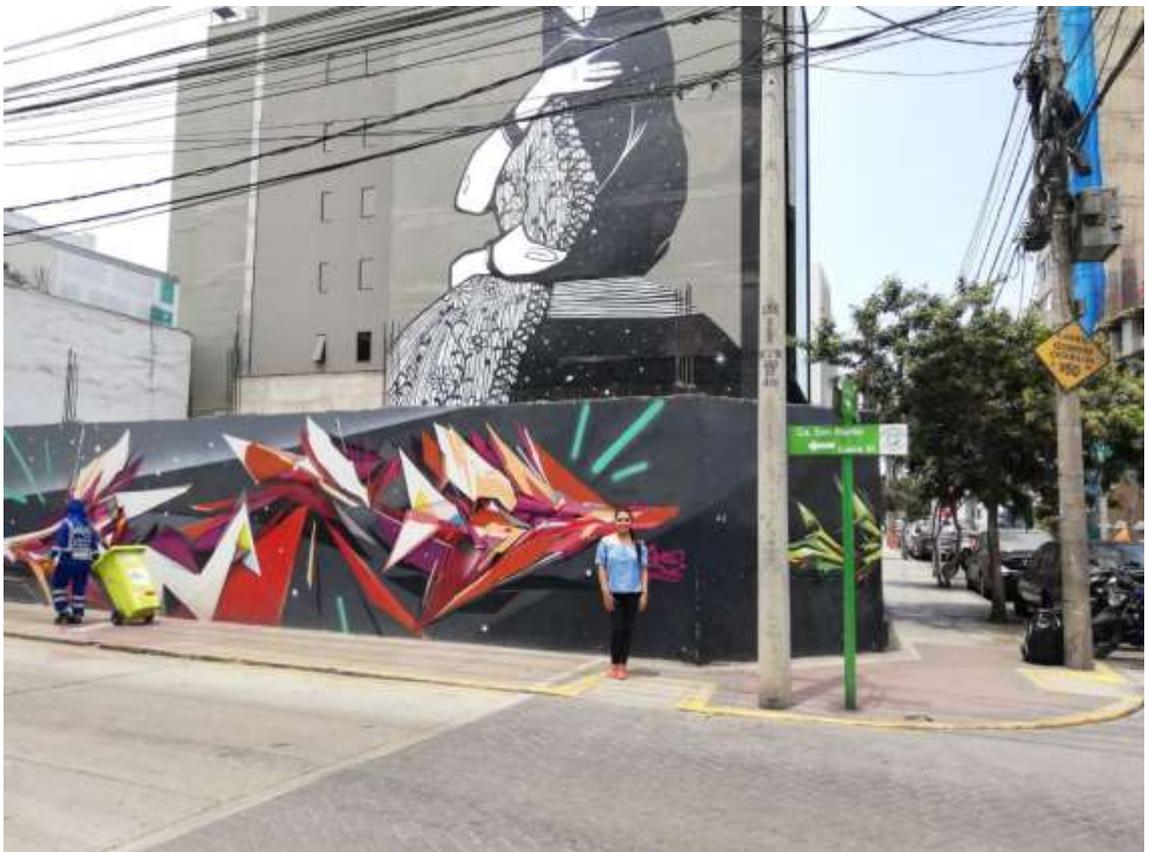
**NORMAS LEGALES**

**COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO**

**DECRETO SUPREMO N.º 009-2017-MINCETUR EL PRESIDENTE DE LA  
REPÚBLICA**

**ANEXO 6**  
**UBICACIÓN DEL LOCAL**

El Hotel Chávez & Suite se ubica en la Calle San Martín # 400  
Miraflores



## ANEXO 7

### COMPETIDORES DIRECTOS





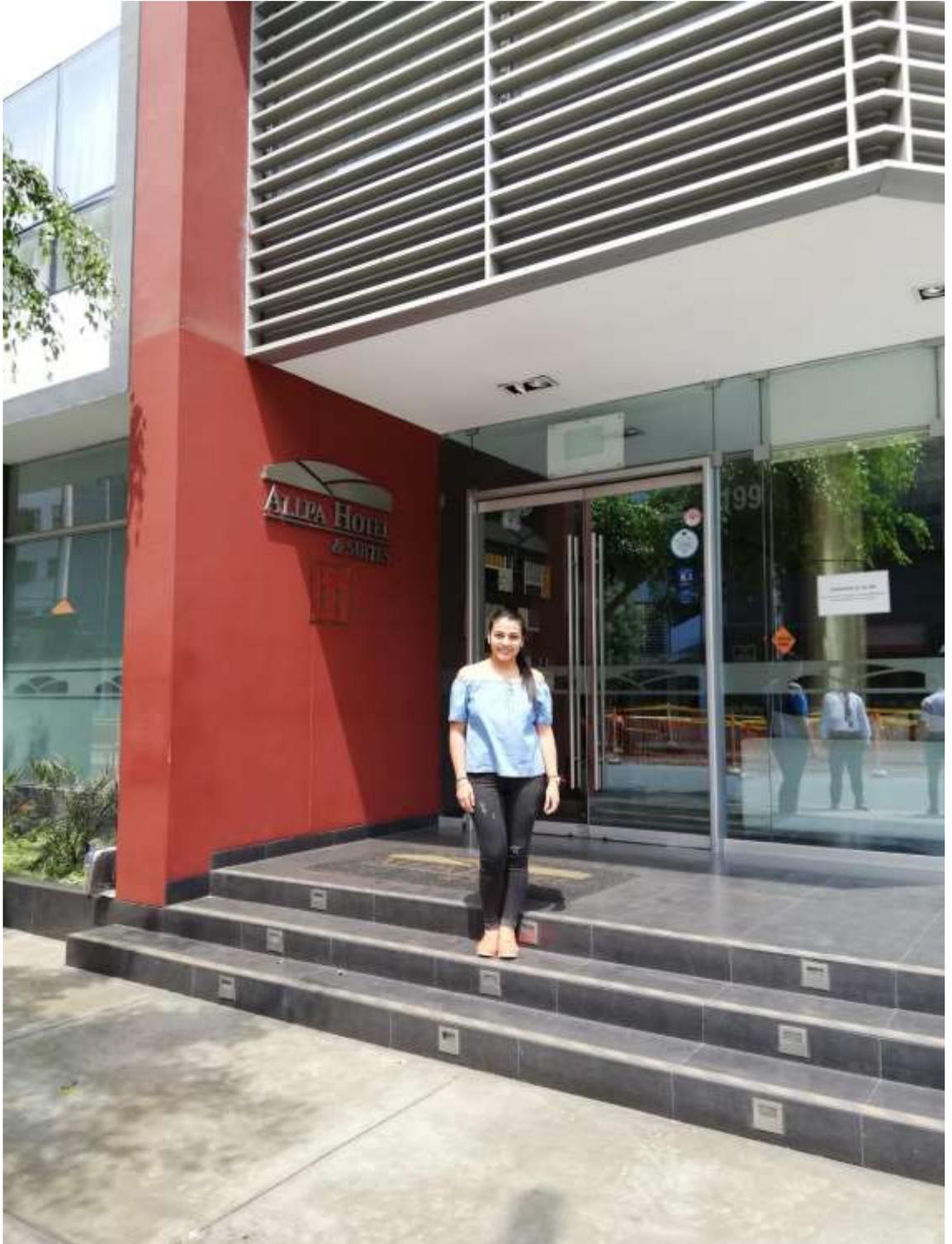




**ANEXO 8**

**COMPETENCIA INDIRECTA**









## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### LIBROS:

- Albrecht, K&Zemke, R. (1988). Gerencia de Servicios, Bogotá, Colombia.
- Camacho Castellanos, J. (2011). Marketing de servicios.
- Cestau, L. 2008. "Venta Directa: un sistema de comercialización cada día más vigente".
- Kotler P. (2006). Dirección de Marketing, Duodécima
- Lovelock; C. & Wirtz, J. (2009). Marketing de Servicios, Barcelona España.
- Mello, D. C. (2002). Marketing de Servicios. Marketing y Comunicación, 1-14.
- Philip K. (1992) Dirección de Marketing, 7ª ED. Practice-Hall, Madrid, 1992,

## PÁGINAS WEB

- <http://www.apeim.com.pe>
- [http://www.apoturperu.org/infog\\_lima.htm](http://www.apoturperu.org/infog_lima.htm)
- <https://decisiondelconsumidor.files.wordpress.com/2017/07/marketing-de-servicios-christopher-lovelock>
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Análisis\\_Porter\\_de\\_las\\_cinco\\_fuerzas](https://es.wikipedia.org/wiki/Análisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas)
- <http://www.inei.gob.pe>
- <http://www.mincetur.gob.pe>