



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

**GESTIÓN ESTRATÉGICA DE CALIDAD Y PUESTA EN MARCHA DE  
UN HOTEL 5 ESTRELLAS EN EL DISTRITO DE SAN ISIDRO 2021**

**BACH. MUJICA ESTRADA SABINA ALEXANDRA**

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

**LIMA – PERÚ**

**2021**

## **DEDICATORIA**

A mi madre, quien me apoyó, me guio y me enseñó a no desmayar ante los problemas y adversidades.

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a mis maestros, profesores y mentores por brindarme su tiempo, conocimiento. En especial a la Universidad Alas Peruanas, por brindarme oportunidades que nunca pensé tener.

## **INTRODUCCIÓN**

El distrito de San Isidro es el lugar perfecto para la implantación de un proyecto hotelero de categoría cinco estrellas, rodeado de instituciones financieras y numerosos centros comerciales.

El trabajo de investigación está diseñado para brindar una excelente calidad en los servicios ofrecidos, tanto para un público local, como internacional que demandan un valor agregado en los servicios.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Las estrategias de gestión de calidad requeridas para el proyecto basadas principalmente en los aportes de los representantes de la calidad.

El manejo estratégico del marketing fue diseñado de acuerdo a los estándares internacionales y basados en el aporte de Lovelock.

Se inició realizando los análisis del (PESTEL), para ver la viabilidad del proyecto.

El proyecto hotelero llevará el nombre Hotel 5 Estrellas Mujica, con una inversión total de: 25, 071,100.50 soles.

Inversión será financiada con recursos propios integrada por 5 socios.

Se realizó un estudio de mercado en los distritos de San Isidro y alrededores.



## Índice general TESINA

Dedicatoria:.....	ii
Agradecimiento.....	iii
INTRODUCCIÓN.....	iv
RESUMEN EJECUTIVO.....	v
<b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>11</b>
1.1 Antecedentes.....	11
1.2 Objetivos de la Investigación:.....	12
1.3 Justificación.....	13
1.3.1 Justificación Teórica.....	13
1.3.2. Justificación Social.....	13
1.3.3. Justificación Metodológica.....	13
1.4 Metodo de la Investigation.....	13
1.4.1 Fuentes de Información.....	13
1.4.2 Investigación Cualitativa.....	14
1.4.3 Investigación Cuantitativa.....	14
<b>2. ANÁLISIS DE MERCADO.....</b>	<b>15</b>
2.1 Análisis del entorno.....	15
2.1.1 Macroentorno: Análisis PESTEL.....	15
2.1.2 Microentorno: Cinco Fuerzas de Porter.....	17
2.2 Análisis de la oferta:.....	18
2.2.1 Oferta Directa.....	18
2.2.2 Oferta Indirecta.....	18
2.2.3 Cálculo de la Oferta.....	18
2.3 Análisis de la demanda.....	19
2.3.1 Demanda Potencial.....	19
2.3.6 Demanda Proyectada (a 5 años).....	33
2.4 Análisis de la rivalidad de la industrial:.....	34
2.5 Cadena de valor de la industria.....	37
2.6 Análisis FODA.....	38
<b>3. PLAN DE MARKETING 8 ps.....</b>	<b>40</b>
<b>Marketing de servicios (8) P's.....</b>	<b>40</b>
3.1 Perfil del Consumidor.....	41
3.1.1 Perfil del turista Extranjero.....	43
3.1.2 VENTAJAS DEL ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE.....	45

3.1.2 Nivel de precio .....	46
3.2 Estrategia de producto .....	46
3.3 ESTRATEGIA DE PLAZA .....	47
3.4 ESTRATEGIA DE PROMOCION .....	48
3.5 Pensadores de la calidad .....	53
3.6 Gestión de calidad total .....	55
4. PLAN DE OPERACIONES .....	57
4.1 Requerimientos para la Producción .....	57
4.1.1 Maquinarias y Equipos .....	57
4.1.2 MUEBLES Y ENSERES .....	58
4.1.3 HERRAMIENTAS .....	58
4.1.4 MATERIALES Y/O MATERIAS PRIMAS .....	59
4.1.5 POSIBLES PROVEEDORES .....	60
4.1.6 Organigrama funcional. ....	61
4.2 Localización .....	69
4.3 Flujo de proceso operativo .....	71
5. PLAN FINANCIERO .....	75
5.1 Supuestos .....	75
5.2 Demanda proyectada en unidades .....	75
5.3 Estimación de inversión inicial .....	79
5.3.1 Inversión Fija .....	79
5.3.2 Capital de Trabajo .....	79
5.4 Financiamiento .....	¡Error! Marcador no definido.
5.5 Estimación de costos .....	82
5.5.1 Costos Fijos / Costos Variables .....	83
5.6 Determinación de precio. ....	86
5.7 Equilibrio / Margen de contribución .....	86
6. ANALISIS FINANCIERO .....	89
6.1 FLUJO DE CAJA .....	89
6.2 Relación costo/beneficio .....	90
CONCLUSIONES .....	91
RECOMENDACIONES .....	92

## **INDICE DE CUADROS**

<b>CUADRO No 1</b> .....	<b>19</b>
<b>CUADRO N° 2</b> .....	<b>20</b>
<b>CUADRO N° 3</b> .....	<b>22</b>
<b>CUADRO N° 4</b> .....	<b>23</b>
<b>CUADRO N° 5</b> .....	<b>24</b>
<b>CUADRO N° 6</b> .....	<b>25</b>
<b>CUADRO No 7</b> .....	<b>38</b>
<b>CUADRO No 8</b> .....	<b>42</b>
<b>CUADRO N° 9</b> .....	<b>57</b>
<b>CUADRO N° 10</b> .....	<b>58</b>
<b>CUADRO N° 11</b> .....	<b>58</b>
<b>CUADRO N° 12</b> .....	<b>59</b>
<b>CUADRO N° 13</b> .....	<b>60</b>
<b>CUADRO N° 14</b> .....	<b>75</b>
<b>CUADRO N° 15</b> .....	<b>76</b>
<b>CUADRO N° 16</b> .....	<b>80</b>
<b>CUADRO N° 17</b> .....	<b>82</b>
<b>CUADRO N° 18</b> .....	<b>83</b>
<b>CUADRO N° 19</b> .....	<b>83</b>
<b>CUADRO N° 20</b> .....	<b>89</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.....	25
TABLA 2.....	26
TABLA 3.....	27
TABLA 4.....	28
TABLA 5.....	28
TABLA 6.....	29
TABLA 7.....	30
TABLA 8.....	30
TABLA 9.....	31
TABLA 10.....	32
TABLA 11.....	33
TABLA 12.....	44
TABLA 13.....	59
TABLA 14.....	60

## INDICE DE GRAFICOS

GRÁFICO 1.....	32
GRÁFICO 2.....	72
GRÁFICO 3.....	73
GRÁFICO 4.....	73
GRÁFICO 5.....	74
GRÁFICO 6.....	74
GRÁFICO 7.....	75

## INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1.....	36
FIGURA 2.....	41
FIGURA 3.....	41
FIGURA 4.....	42
FIGURA 5.....	42
FIGURA 6.....	67
FIGURA 7.....	68
FIGURA 8.....	69
FIGURA 9.....	70

## CAPÍTULO I

### 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1 Antecedentes

Somos una empresa formal que cumple con todo lo estipulado en el reglamento de establecimientos de hospedaje DS N°- 001-2015-MINCETUR.

Nuestro plan de negocio **Hotel 5 Estrellas Mujica Garden Inn San Isidro**

este hotel fue diseñado para que funcione como un hotel cinco estrellas pensamos en la más alta tecnología con el fin de que disfruten al máximo su estadía.

Contamos con nuestro propio sistema de reservaciones: Software donde registra una fuente de datos que permite a los clientes conocer las tarifas y la disponibilidad a través de agencias de viajes y un sistema de reservaciones propio, lo que incrementa más sus posibles ingresos. Nuestro inventario de habitaciones disponibles queda expuesto en miles de canales de marketing y ventas, ampliando nuestras capacidades de calidad de gestión.

#### ► **Hotel 5 Estrellas Giner Garden Inn San Isidro,**”:

Como llave de habitación: App creada con el fin de que los huéspedes no pasen por check-in, conectada al área de reservación el cual el cliente entra a su habitación y automáticamente se registra con ayuda de esta app.

Control estándar: Esta app permite prender las luces del dormitorio, abrir las cortinas y/o persianas, encender el jacuzzi, etc.

#### ► Wifi gratuito:

- Base de datos personalizada:
- Nuestro hotel cuenta con 82 habitaciones.

**AREA DE INFLUENCIA Y UBICACIÓN:** San Isidro, Cruce de la Av. Francisco Masías con Javier Prado; con un área de 2070 m<sup>2</sup>, de zona comercial de alto tránsito, con un público objetivo que va desde ejecutivos hasta turistas extranjeros.

### 1.2 Objetivos de la Investigación:

#### OBJETIVO A CORTO PLAZO

- ✓ Fidelizar clientes
- ✓ Ocupar el 35% de la capacidad instalada
- ✓ Alianzas estratégicas con universidades.
- ✓ Posicionarnos a nivel local.

#### OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO

- ✓ Consolidar nuestro público objetivo.
- ✓ Aumentar en un 30% la capacidad instalada (65%).
- ✓ Implementar un área para buffet y banquetes.
- ✓ Comprar activos (transporte)
- ✓ Ser una empresa reconocida y con prestigio a nivel nacional.

#### OBJETIVOS A LARGO PLAZO

- ✓ Llegar al 90% de nuestra capacidad instalada.
- ✓ Abrir una sucursal en Arequipa.
- ✓ Crear una agencia de viajes (tour operador).
- ✓ Renovar maquinaria y equipos necesarios.
- ✓ Posicionarnos a nivel internacional.

**RAZON SOCIAL:** NEGOCIACIONES HOTELERAS MUJICA S.A.C

**NOMBRE COMERCIAL:** Hotel 5 Estrellas Mujica Garden Inn San Isidro

**Tipo de Régimen:** Régimen General

**Actividad:** De servicios.

**Número de Propietarios:** 05.

### **1.3 Justificación**

#### **1.3.1 Justificación Teórica**

Servirá de guía, para trabajos futuros.

#### **1.3.2. Justificación Social**

Involucramiento de todos los sectores del rubro turístico y hotelero.

#### **1.3.3. Justificación Metodológica**

Recopilación de información (instituciones públicas y privadas)

### **1.4 Metodo de la Investigation**

#### **1.4.1 Fuentes de Información**

Son los diferentes tipos de reportes semestrales que nos proporcionan las diferentes instituciones.

#### **1.4.2 Investigación Cualitativa**

Incluye los antecedentes y el marco teórico referencial, espacial y la contextualización social, económica, política y cultural y principalmente supuestos teóricos.

#### **1.4.3 Investigación Cuantitativa**

Son las diferentes variables estadísticas, para la mejor toma de decisiones.

## **CAPÍTULO II**

### **2. ANÁLISIS DE MERCADO**

#### **2.1 Análisis del entorno**

##### **2.1.1 Macroentorno: Análisis PESTEL**

Nuestro país está considerando incorporarnos para el 2021 a la Organización para la cooperación y el desarrollo económico-OCDE.

Para tener un panorama certero es importante analizar diferentes aspectos de nuestra situación político, económico, social y cultural, para una mejor toma de decisiones empresariales.

## Análisis Pest

Político-Legal	Económico	Socio-Cultural	Tecnológico
Legislación y protección ambiental	Crecimiento económico	Distribución de ingresos	Gasto Gubernamental en investigación
Impuestos	Política monetaria y de tasas de interés	Demografía, tasas de crecimiento de la población, distribución de edad	Industria enfocada al esfuerzo tecnológico
Legislación y restricciones de tratados internacionales	Gasto Gubernamental	Movilidad social y laboral	Nuevos productos y desarrollos
Leyes de protección al consumidor	Política de desempleo	Cambios en el estilo de vida	Tasa de transferencia tecnológica
Leyes de protección al empleo	Reforma Fiscal	Espíritu empresarial, actitud hacia el trabajo, carrera y descanso.	Ciclo de vida y velocidad de obsolescencia tecnológica
Actitud y organización del Gobierno	Tasa de cambio	Educación	Energía, uso y costos
Leyes de competencia	Tasa de inflación	Modas	Cambios en información tecnológica
Estabilidad política	Estado del ciclo del negocio	Conciencia de seguridad social y de salud	Cambios en internet
Legislación sobre seguridad	Confianza del consumidor	Calidad de vida	Cambios en tecnología móvil



## 2.1.2 Microentorno: Cinco Fuerzas de Porter.

Aqui el Diamante de Porter aplicado al sector hotelero



## **2.2 Análisis de la oferta:**

Competencias directas - indirectas de establecimientos de hospedaje.

### **2.2.1 Oferta Directa**

Competidores son "Westin hotel y Resort, Delfines Hotel y Casino, Sonesta Hotel el Olivar por sus ubicaciones, la calidad de servicio que ofrecen y sus servicios adicionales.

### **2.2.2 Oferta Indirecta**

Hotel Plaza del Bosque, Hotel Meliá.

### **2.2.3 Cálculo de la Oferta**

**CUADRO No 1**  
**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. TRABAJO DE CAMPO 2021**

Empresas Competidoras	Nivel de Aceptación			¿Por qué razón la elijen?	¿Por qué razón la elijen?	¿Dónde se comercializa el producto?	¿A que precio lo venden?
	Alta	Regular	Poca				
Westinn Hotel y Resort	X			Turismo de negocio o placer	Calidad y servicio.	San Isidro	Individual: S/.958 Doble:S/.956 Triple: S/1.312 Deluxe: S/1.176
Sonesta Hotel El Olivar	X			Turismo de negocio o placer	Combina tranquilidad del Bosque El Olivar de San Isidro con la comodidad y servicios (habitaciones modernas).	San Isidro	Individual: S/.475 Doble:S/.504 Triple: S/.620 Deluxe: S/.663
Delfines Hotel & Casino	X			Turismo de negocio o placer	Ofrece servicio de calidad con diversidad en el diseño de los espacios, además de contar con personal amable.	San Isidro	Individual: S/.573 Doble:S/.657 Triple: S/.658 Deluxe: S/1.116
Plaza del Bosque		X		Turismo de negocio o placer	Estilo sobrio y distinguido, infraestructura y cálida decoración	San Isidro	Individual: S/.427 Doble:S/.488 Triple: S/.756 Deluxe: S/.498
Meliá Hotels International	X			Turismo de negocio o placer	Ofrece servicio de calidad con un trato amable y cortez a su huéspedes.	San Isidro	Individual: S/.534 Doble:S/.534 Triple: S/.896 Deluxe: S/.611

### 2.3 Análisis de la demanda

Es entender a los consumidores hacia un producto o servicio en un mercado objetivo. (Ver cuadro de mercado potencial).

#### 2.3.1 Demanda Potencial

Aquí se determina los diferentes tipos de compradores.

**CUADRO N° 2**

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

CONCEPTO	N°
1. Consumidores en la zona de influencia.	54,206
2. (demandantes potenciales)	39,113
3. Lo que demandan en un periodo de tiempo.	1500
4. Servicios	9

	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
	<b>GRUPOS QUINQUENALES DE EDAD</b>										
9	20 - 24	25 - 29	30 - 34	35 - 39	40 - 44	45 - 49	50 - 54	55 - 59	60 - 64	65 - 69	70 - 74
37	3,562	3,615	3,708	4,067	3,918	4,010	4,164	3,537	3,342	2,823	2,367
						<b>39,113</b>					

El número de demandantes potenciales en un rango de 20 a 74 años es de

**39.113**

Establecer la cantidad que compran por período.	<b>1 500</b>
---	--------------

100 habitaciones (100%)

50 habitaciones (50%)

Proyección por mes al 50% de nuestra capacidad instalada:

**50 hab. 50\*30= 1 500**

Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer.	<b>9</b>
--	----------

1. S. de hospedaje
2. S. de restauración
3. Casino
4. Joyería
5. Spa
6. Gimnasio
7. Piscina (al aire libre)
8. Gentlemen's Tonic (barbería de vanguardia para el hombre moderno).
9. S. ejecutivos

El Centro ejecutivo nos brinda asistentes bilingües certificados y cinco lugares de trabajo (cuatro PC y una Mac), conexiones a Internet de velocidad alta, impresoras, escáneres a color, un fax y una fotocopidora. Se pueden reservar las dos salas de reuniones, cada una cuenta con un televisor, conexión a Internet y un teléfono con altavoz, llamando directamente al Centro ejecutivo.

**PRIMARIO:** Ejecutivos y empresarios interesados en hoteles de alta categoría.

**SECUNDARIO:** Turistas extranjeros que tengan un nivel económico alto.

**CUADRO Nº 3**

**FUENTE: MINCETUR**

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

**A. Requisitos mínimos de servicio**

- (1) Servicio prestado en el hotel o a través de terceros
- (2) para las categorías de 4 y 5.

**CUADRO N° 4  
FUENTE: MINCETUR**

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>En Habitación</b>					
Atención en habitaciones ( <u>room service</u> )	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Cambio regular de sábanas y cambio de huésped (3)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

**CUADRO N° 5**  
**FUENTE: MINCETUR**

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas
Servicio de custodia de equipaje	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Primeros auxilios (2)	Obligatorio	Obligatorio	Botiquín
<b>En Habitación</b>			
Cambio regular de sábanas y cambio de huésped (3)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio



**CUADRO N° 6**  
**FUENTE: MINCETUR**

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

**Servicios de Hospedaje:**

**A. Hospedaje**

Las habitaciones, se encuentran decoradas y amobladas, están equipadas.

**TABLA Nº 1**

<p style="text-align: center;"><b>Estándar Matrimonial</b></p> <p>Las habitaciones estándar son de diseño moderno y disponen de una cama doble o 2 camas individuales.</p>	   
--	--

TABLA Nº 2

### Suite ejecutiva

La **Suite Ejecutiva** cuenta con un salón independiente, perfecto para visitas, reuniones, etc.



## B. Restauración

TABLA Nº 3

 <p>The first photograph shows a fireplace with a fire burning inside, and a large silver bowl filled with what appears to be a hot beverage or food on a tray in the foreground. The second photograph shows a dining room with several round tables covered in white tablecloths, set with plates and glasses, and a waiter standing in the background. The third photograph shows a lounge area with a round table and chairs, featuring a large 'X' logo on the wall.</p>	<p>El restaurante ubicado en la planta baja del hotel.</p>
---	--


### C. Casino

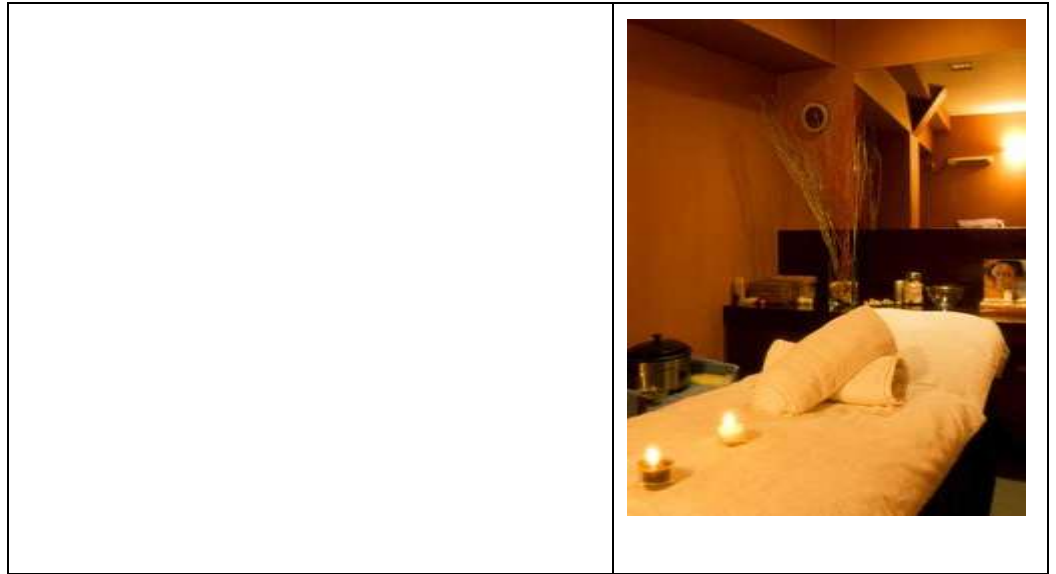
TABLA Nº 4

<p>Tragamonedas, con más de 100 máquinas para jugar, así como juegos de mesa, sin mencionar los sorteos y premios que regala diariamente el establecimiento.</p>	
--	---

### D. Spa

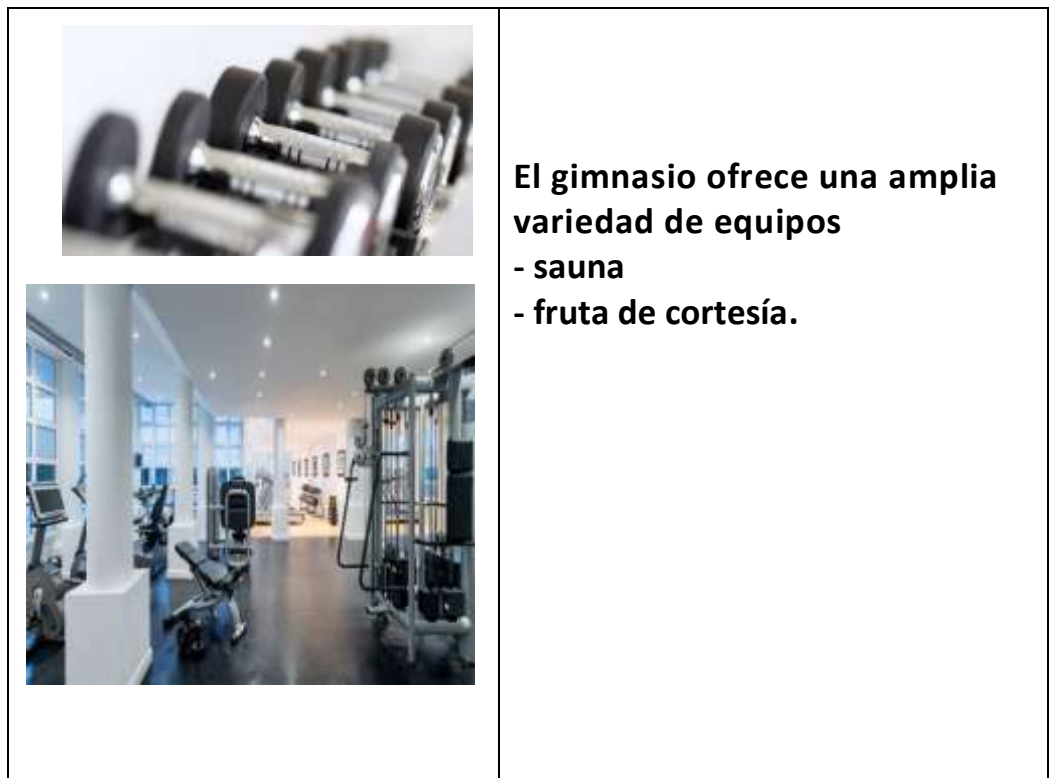
TABLA Nº 5

<p>Tratamientos corporales</p>	
--------------------------------	---



**E. Gimnasio**

TABLA Nº 6



**El gimnasio ofrece una amplia variedad de equipos**

- sauna
- fruta de cortesía.

## F. Piscina

TABLA Nº 7

<p>temperatura de 27° C (80° F)</p>	
-------------------------------------	--

## G. Barbería

TABLA Nº 8

<p>Gentlemen's Tonic</p> <p>Se encuentra en la planta superior del hotel.</p>	
---	---

## H. Ejecutivos

TABLA Nº 9

	<p>SERVICIOS Y ATENCIONES EJECUTIVAS</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Servicios ejecutivos disponibles las 24 horas.</li><li>• Salones audiovisuales</li><li>• Otros.</li></ul>
	



### 2.3.6 Demanda Proyectada (a 5 años)

Estimar lo que sucederá a futuro con la población potencial y objetivo del proyecto.

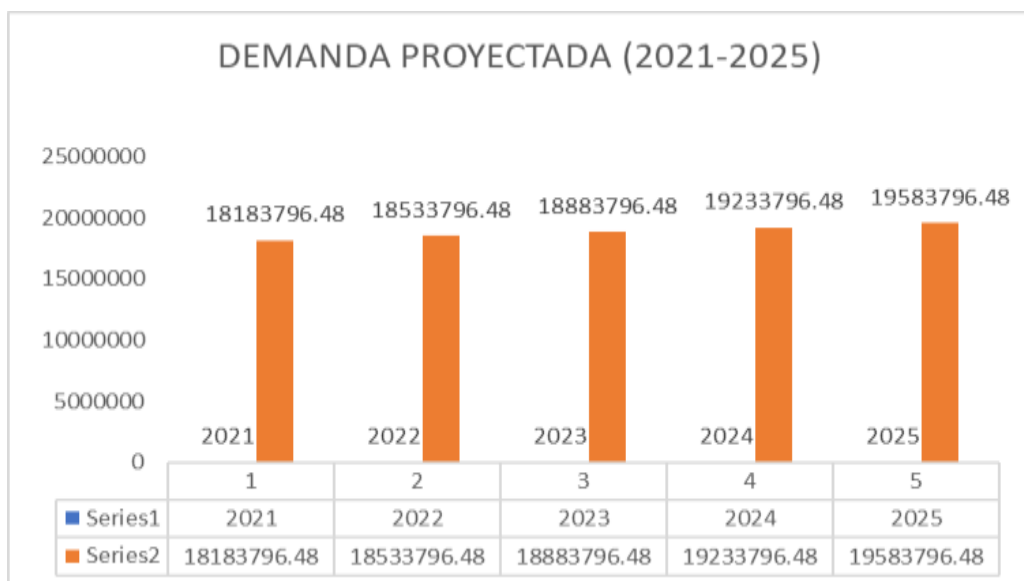
TABLA No 10  
(2021-2025)

<b>TOTAL</b>	18183796,48	18533796,48	18883796,48	19233796,48	19583796,48	94418982,4
--------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	------------

**Acumulado**

18183796,48
18533796,48
18883796,48
19233796,48
19583796,48

**GRÁFICO Nº 1**



## 2.4 Análisis de la rivalidad de la industrial:

TABLA Nº 11

	<b>INDIVIDUAL</b>	<b>DOBLE</b>	<b>TRIPLE</b>	<b>DELUX</b>
WESTIN	958	956	1312	1176
SONESTA	475	504	620	663
DELFINES	573	657	658	1116
PLAZA DEL BOS.	427	488	756	498
MELIA	534	534	896	611
<b>MEDIA</b>	<b>593.4</b>	<b>628.8</b>	<b>848.4</b>	<b>812.8</b>

	 <b>WESTIN</b> HOTELS & RESORTS®
	<p>DIRECCION: Calle Las Begonias 450. San Isidro, Lima, 27, Perú.</p> <p>TELEFONO: (51)(1) 2015000</p> <p>PAGINA WEB:  <a href="http://www.westinlima.com/es?PS=LGEN_AA_DLAD_CGGL_TPRP&amp;utm=a&amp;device=d&amp;SWAQ=6VVY">http://www.westinlima.com/es?PS=LGEN_AA_DLAD_CGGL_TPRP&amp;utm=a&amp;device=d&amp;SWAQ=6VVY</a></p> <p>FACEBOOK:  <a href="https://www.facebook.com/westinlima/?rf=357458337671243">https://www.facebook.com/westinlima/?rf=357458337671243</a></p>

MELIÄ  
HOTELS  
INTERNATIONAL

MELIÄ  
HOTELS  
INTERNATIONAL

DIRECCION: Av. Salaverry, 2599 Lima  
TELEFONO: 0-800-71-604/ (01) 4119000  
PAGINA WEB:  
<https://www1.melia.com/es/hoteles/peru/lima/melia-lima/index.html>



SONESTA HOTEL EL OLIVAR  
LIMA



SONESTA HOTEL EL OLIVAR  
LIMA

DIRECCION: Pancho Fierro 194, San Isidro  
TELEFONO: (01) 7126000  
PAGINA WEB:  
<http://www.hotelsone.com/lima-hotels-pe/sonesta-hotel-el-olivar-lima.es.html>



DIRECCION: Los Eucaliptos 555, San Isidro 15073  
TELEFONO: (01) 2157000  
PAGINA WEB:  
<http://www.losdelfineshotel.com/default-es.html>



DIRECCION: Paz Soldan 190, San Isidro  
TELEFONO: (01) 6161818  
PAGINA WEB: <http://www.hotelsone.com/lima-hotels-pe/plaza-del-bosque-hotel.htm>  
FACEBOOK:  
<https://www.facebook.com/Hotel-Plaza-del-Bosque-244307328979493/?fref=ts>

## 2.5 Cadena de valor de la industria

FIGURA No 1



## **2.6 Análisis FODA.**

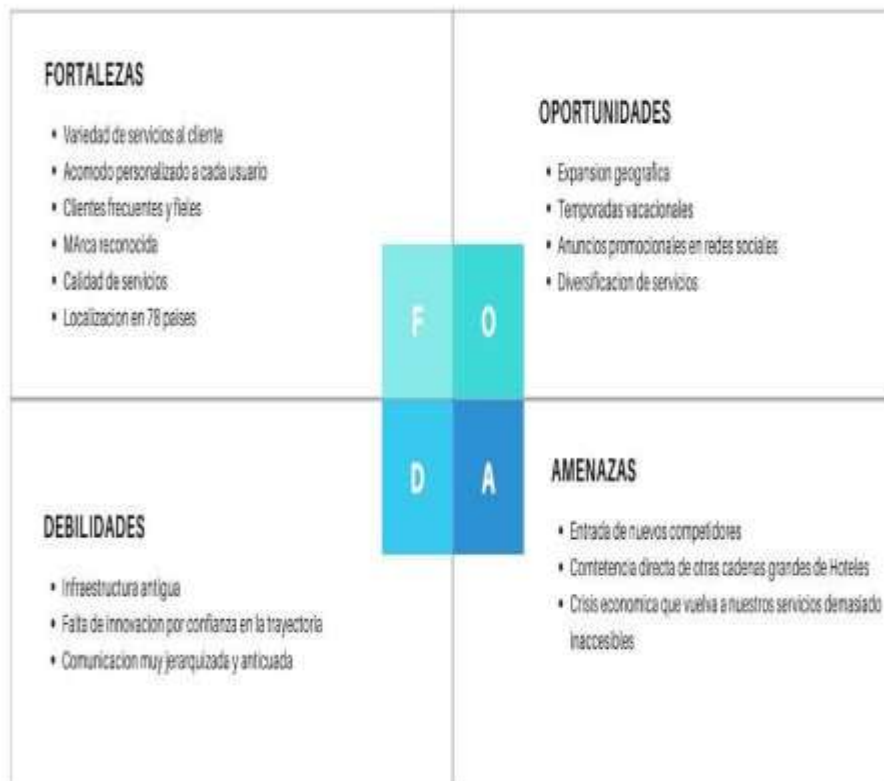
Se definirá los factores internos (fortalezas y debilidades) y factores externos (oportunidades y amenazas) según la información obtenida en el análisis PESTEL.

A continuación, se hará un análisis situacional del establecimiento:

**CUADRO No 7**  
**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

# HOTEL DE 5 ESTRELLAS

## ANALISIS FODA



## CAPÍTULO III

### 3. PLAN DE MARKETING 8 PS

#### Marketing de servicios (8) P´s

Aporte de (Lovelock, C. 2009):

- ♣ Producto, (product)
- ♣ Plaza, (place)
- ♣ Promoción, (promotion)
- ♣ Precio, (price)
- ♣ Personas, (people)
- ♣ Evidencia física, (physical)
- ♣ Proceso (process) y
- ♣ Productividad, (productivity)

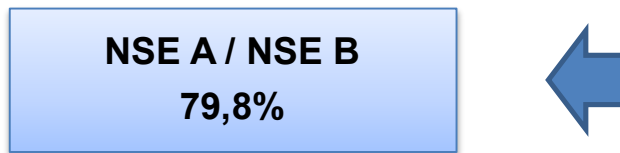




### 3.1 Perfil del Consumidor

Sector 7, (A Y B)

APEIM 2019: Nivel A = 34,6%, B = 45,2%.



## CUADRO No 8



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>



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, Lurin, 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, Chaclacayo, 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

### 3.1.1 Perfil del turista

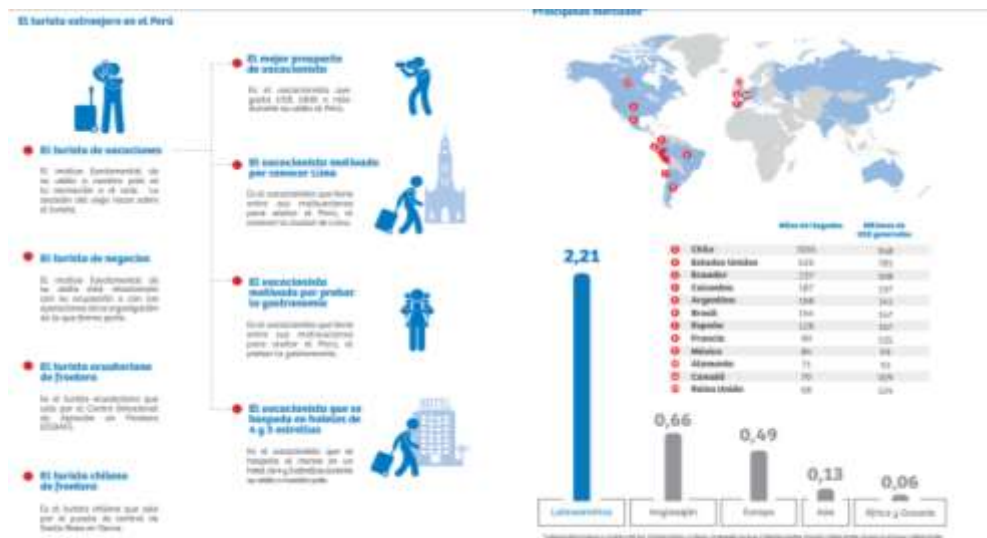
FIGURA N.º 2

FUENTE PROMPERU 2019

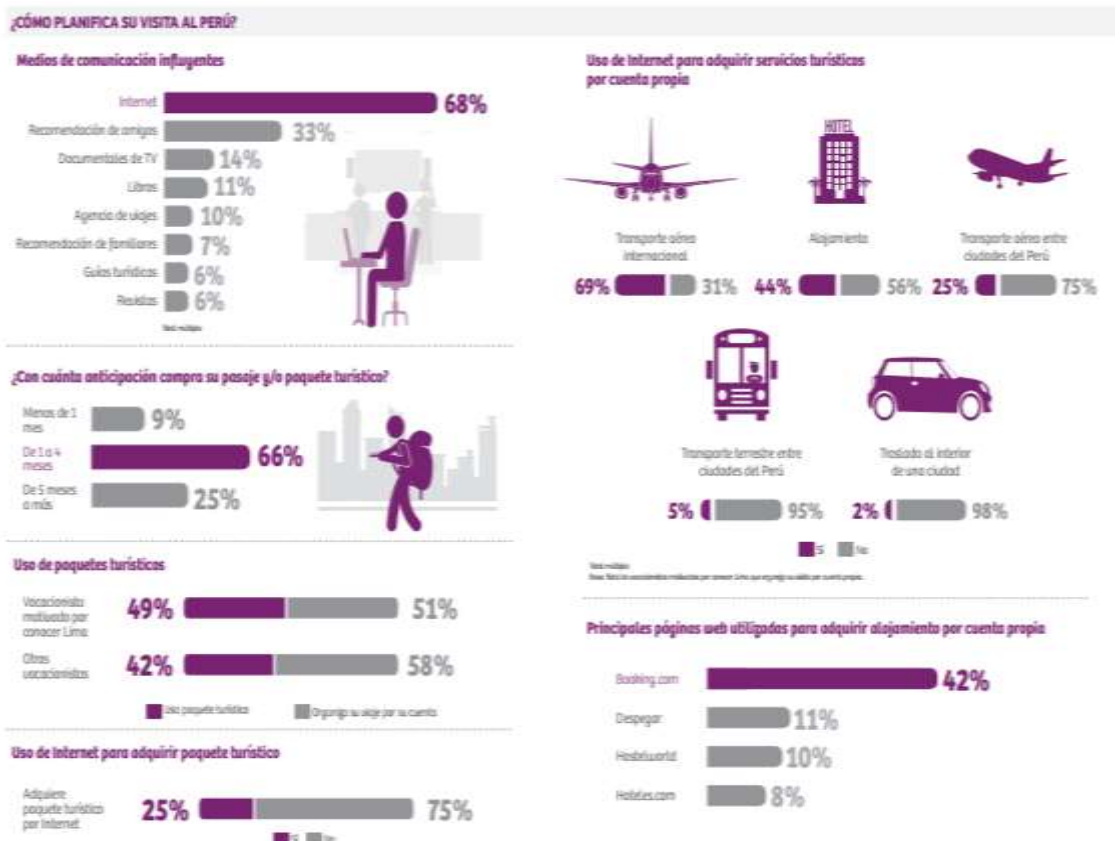


FIGURA No 3

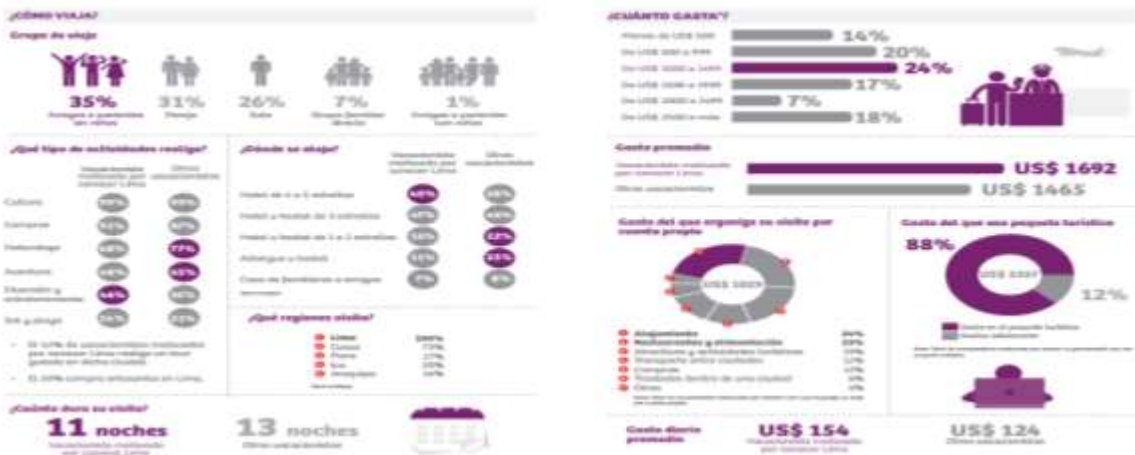
FUENTE PROMPERU 2019



**FIGURA N° 4**  
**FUENTE PROMPERU 2016**



**FIGURA N° 5**



### 3.1.2 VENTAJAS DEL ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE

**El Hotel 5 Estrellas Mujica Garden Inn San Isidro** se encuentra localizado en la zona financiera y económica más importante de Lima, con proximidad a zonas comerciales, culturales, turísticas y de entretenimiento, así como fácil acceso al Centro Histórico de Lima e importantes áreas de la ciudad. A 15 km del aeropuerto Jorge Chávez.

1. Cuenta con una amplia área de estacionamientos
2. Disponibilidad de transporte privado
3. Barbería de vanguardia
4. Idiomas: español, inglés, chino.

#### **BENEFICIOS**

1. Beneficios para socios/clientes asiduos al establecimiento:
  - Descuentos exclusivos para clientes por fines de semana
  - Disponibilidad de una línea exclusiva de servicio
  - Elevar la categoría de habitación.
  - Traslados free opción.
2. Beneficios de conexión WIFI
3. Aplicación móvil **New Mujica Inn San Borja**

#### **4. SERVICIO POST VENTA**

1. Se brindará a clientes fidelizados (libretas, lapiceros, gel alcohol, pantuflas, perfume, etc.)

2. Llamadas a nuestros clientes para informar acerca de promociones y/o beneficios.
3. Envío de mails personalizados (cumpleaños, aniversarios, etc.).

### **GARANTÍA**

1. El hotel se hace responsable del traslado del huésped al establecimiento.
2. El hotel atenderá los diferentes inconvenientes ocasionados.
3. Visión de obtención de sello de calidad turística por cumplir con estándares de calidad en el servicio hotelero.

#### **3.1.2 Nivel de precio**

TABLA Nº 12

	<b>INDIVIDUAL</b>	<b>DOBLE</b>	<b>TRIPLE</b>	<b>DELUX</b>
WESTIN	958	956	1312	1176
SONESTA	475	504	620	663
DELFINES	573	657	658	1116
PLAZA DEL BOS.	427	488	756	498
MELIA	534	534	896	611
<b>MEDIA</b>	<b>593.4</b>	<b>628.8</b>	<b>848.4</b>	<b>812.8</b>

El precio se ha determinado, basados en un riguroso estudio de mercado, tanto en la competencia directa-indirecta

#### **3.2 Estrategia de producto**

Nuestro HOTEL MUJICA GARDEN INN estará implementado por productos de la más alta calidad.

Trabajando con todas las medidas de seguridad e higiene requeridas.

## **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:**

### **HOSPEDAJE**

Todas las habitaciones cuentan con televisores LED, servicio a la habitación las 24 horas, minibar totalmente equipado. Todas las habitaciones cuentan de aire acondicionado / clima controlad.

### **3.3 ESTRATEGIA PLAZA**

Contaremos.

#### **VENTA DIRECTA**

Se considera un camino directo para brindar un programa de beneficios y/o fidelidad para los huéspedes. Esto es solo factible con la venta directa.

#### **Precios especiales a un público determinado:**

Como la realización de una campaña con códigos promocionales, de forma que solo se pueda aplicar a clientes Facebook.

**Atribuir un valor agregado al producto**, regalamos diferentes upgrades que tengan un coste mínimo para el establecimiento.

Ejemplo: Para un evento ofrecer el transporte al evento y estacionamiento.

**Comunicación regular con el cliente.** Lo ideal sería trabajar nuestra base de datos con segmentos muy definidos de clientes.

**No perdamos de vista la web.** Trabajando una mejora continua de calidad y la usabilidad es prácticamente una religión. Debemos hacer webs sencillas con motores y sistemas.

### **3.4 ESTRATEGIA DE PROMOCION**

El desarrollo del marketing e ideas de Promoción es fundamental para el éxito del hotel, ya que mediante estos planes captamos la atención de clientes potenciales. (volantes, dípticos, llaveros, lápices, ameneties, radio, televisión, revistas, otros

**¿Qué se hará para promocionar el negocio?**



Volantes y  
Dípticos



Llaveros



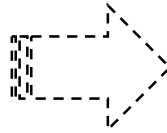
Lápices



Amenities

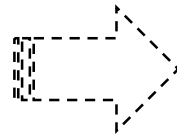


**Anuncios en radio**



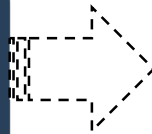
RPP	TARIFARIO
	S/. 40 el Segundo.

**Periódicos o revistas**



RPP	TARIFARIO
	S/. 100,000 a una sola página.,

**spot publicitario en tv**



Horario	Anuncio de 30 segundos
Nivel de programación A	Entre S/.2,000 y S/.17,500
Nivel de programación B	Entre S/.1,500 y S/.14,000
Nivel de programación C	Entre S/.1,000 y S/.10,500
Nivel de programación D	Entre S/.800 y S/.7,000
Nivel de programación E	Entre S/.600 y S/.3,500

RADIO	TV	PERIODICO	TOTAL
S/ 40 x seg	S/ 9750 x 30seg	100 x día	S/. 123,800.00
S/. 4,800.00	S/. 117,000.00	S/. 2,000.00	

Radio:  $40 \times 25 \text{seg.} = S/ 1\,000.00 \times 2 \text{ veces} = S/ 2\,000.00 \times 6 \text{ días} = S/ 12\,000.00$

Tv :  $S/ 9\,750.00 \times 2 \text{ veces} = S/ 19\,500.00 \times 6 \text{ días} = S/ 117\,000.00$

Periódico:  $100 \times 20 = S/ 2\,000.00$

**Inversión:**

RADIO	TV	PERIODICO	TOTAL
S/ 40 x seg	S/ 3000 x 30seg	100 x día	S/. 26,000.00
S/. 6,000.00	S/. 18,000.00	S/. 2,000.00	

Radio:  $40 \times 25 \text{seg.} = S/ 1\,000.00 \times 6 \text{ días} = S/ 6\,000.00$

Tv :  $S/ 300.00 \times 6 \text{ días} = S/ 18\,000.00$

Periodico:  $100 \times 20 = S/ 2\,000.00$

Amenities	ciento
Lapiceros	120
libretas	700
jabones	300
llaveros	570
Frascos sham.	267
adhesivo	100
<b>TOTAL</b>	<b>2057</b>

Folletería	millar
volantes	60
dípticos	280
<b>TOTAL</b>	<b>340</b>

**PUBLICIDAD = S/ 28,397.00**

## Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos

### Facebook



### Twitter



### Instagram



- **Ferias o eventos de la industria**
- **News letter / email marketing**

El email marketing es una de las herramientas más poderosas para hacer marketing en el internet.

- **Inscripción en directorios y buscadores**

### 3.5 Pensadores de la calidad

#### Para Edwar Deming

“Un producto o un servicio tienen calidad si sirven de ayuda a alguien y disfrutan de un mercado bueno y sostenido”.

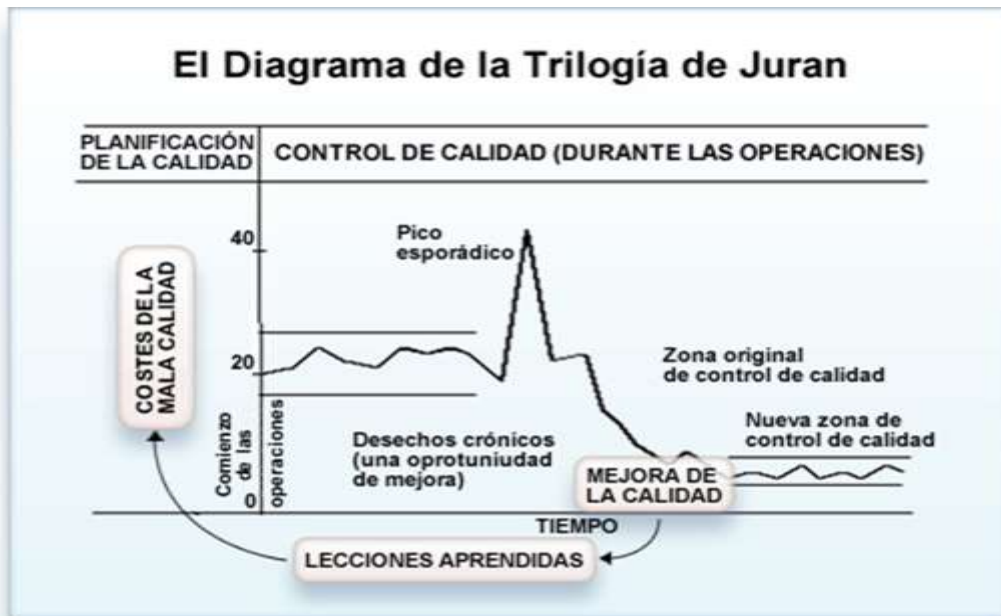


**Para Philip Crosby** la calidad no tiene precio, se define como:

- “conformidad con los requerimientos” e indicó que el 100% de la conformidad es lo mismo que cero defectos.
- “Hacerlo bien en la primera vez”
- “Hacer que la gente logre hacer mejor todas las cosas fundamentales que de cualquier forma tiene la obligación de hacer”

· “Promover un persistente y consciente deseo de realizar el trabajo bien desde la primera vez.

**Para Juran** la calidad es lo:



"Adecuado para el uso", "la satisfacción del cliente externo e interno".

TRILOGÍA DE LA CALIDAD (Planear, controlar y mejorar).

**Para Ishikawa** la calidad es:

- El Control de la calidad es hacer lo que se debe hacer.
- El control de calidad comienza y termina con la capacitación en todos sus niveles.
- Siempre se debe tomar acciones correctivas adecuadas.

El control de calidad que no se acompaña de acción es simple diversión

### **3.6 Gestión de calidad total**

	<b>Objetivos</b>	<b>Orientación</b>	<b>Implicación</b>	<b>Métodos</b>
<b>Gestión de la Calidad Total</b>	Impacto estratégico	Satisfacción plena del cliente	Toda la organización	Planificación estratégica
<b>Control del Proceso</b>	Organización y coordinación	Aseguramiento y prevención	Dep. de Calidad, Producción, I+D...	Sistemas, técnicas y programas
<b>Control del Producto</b>	Control de productos	Reducción de inspecciones	Departamento de Calidad	Muestreo y estadística
<b>Inspección</b>	Detección de defectos	Orientación al producto	Departamento de Inspección	Medición y verificación

#### **CAPÍTULO IV**



#### 4. PLAN DE OPERACIONES

##### 4.1 Requerimientos para la Producción

Son las listas de requerimientos que necesitamos para nuestro Hotel Giner.

##### 4.1.1 Equipos y Maquinarias

#### MAQUINARIAS Y EQUIPOS

CUADRO N° 9

MAQUINARIA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Ascensores	3	S/. 200,000	S/. 600,000
Televisores	110	S/. 1,500	S/. 165,000
Intercomunicadores (72)	10	S/. 2,120	S/. 21,200
proyectores	3	S/. 1,890	S/. 5,670
Aire acondicionado	15	S/. 5,312	S/. 79,680
Terma	110	S/. 1,219	S/. 134,090
Frigobar	70	S/. 499	S/. 34,930
Jacuzzi	60	S/. 2,589	S/. 155,340
Miniban	2	S/. 169,500	S/. 339,000
Lavadoras	4	S/. 10,000	S/. 40,000
Sistema de dvd	110	S/. 249	S/. 27,390
Aspiradoras	10	S/. 2,450	S/. 24,500
Pulidoras	10	S/. 3,000	S/. 30,000
Secadora de cabello	110	S/. 60	S/. 6,600
Extractor de olores	4	S/. 1,627	S/. 6,508
Equipos de computo	5	S/. 1,800	S/. 9,000
Lamparas	150	S/. 199	S/. 29,850
cocina industrial	1	S/. 5,600	S/. 5,600
Conservador + congelador	1	S/. 7,800	S/. 7,800
Camaras de seguridad	30	S/. 6,480	S/. 194,400
<b>SUB TOTAL</b>	<b>818</b>	<b>S/. 423,894</b>	<b>S/. 1,916,558</b>

#### 4.1.2 MUEBLES Y ENSERES

**CUADRO N° 10**

MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Espejo	110	S/. 180.00	S/. 19,800.00
Perchero	110	S/. 70.00	S/. 7,700.00
Tocador	110	S/. 150.00	S/. 16,500.00
Velador	110	S/. 100.00	S/. 11,000.00
Lampara	110	S/. 70.00	S/. 7,700.00
Colchón 2 plz	110	S/. 800.00	S/. 88,000.00
Colchón royal	110	S/. 1,500.00	S/. 165,000.00
Colchón royal Elizabeth	110	S/. 1,050.00	S/. 115,500.00
Set de cama	110	S/. 250.00	S/. 27,500.00
sofa	16	S/. 1,400.00	S/. 22,400.00
barra de bar	1	S/. 5,800.00	S/. 92,800.00
Tarima	110	S/. 650.00	S/. 71,500.00
<b>SUB TOTAL</b>	<b>1117</b>	<b>S/. 12,020.00</b>	<b>S/. 645,400.00</b>

#### 4.1.3 HERRAMIENTAS

**CUADRO N° 11**

HERRAMIENTAS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Cuberteria	12 juegos	S/. 140.00	S/. 1,680.00
licuadora	5	S/. 350.00	S/. 1,750.00
vajilla	8 juegos	S/. 450.00	S/. 3,600.00
crystaleria	10 juegos	S/. 550.00	S/. 60,500.00
mopas	60	S/. 34.00	S/. 2,040.00
estante de ollas	2	S/. 400.00	S/. 800.00
Lockers	2	S/. 464.00	S/. 928.00
planchas	60	S/. 230.00	S/. 13,800.00
percheros	110	S/. 70.00	S/. 7,700.00
carro camarera piso	50	S/. 1,400.00	S/. 70,000.00
escobas	50	S/. 30.00	S/. 1,500.00
manteleria	50	S/. 25.00	S/. 1,250.00
ceniceros	110	S/. 650.00	S/. 71,500.00
<b>SUB TOTAL</b>	<b>499</b>	<b>S/. 4,793.00</b>	<b>S/. 237,048.00</b>

#### 4.1.4 MATERIALES Y/O MATERIAS PRIMAS

CUADRO N° 12

materiales	valor diario	mensual
Carnes	650	19500
No perecederos	310	9300
Insumos	500	15000
Artículos de limpieza	4500	135000
Papel higiénico	140	4200
Útiles de aseo	430	12900
Equipo de mantenimiento	600	18000
Hojas bond	20	600
Ambientadores	280	8400
Grapas	3	90
<b>TOTAL</b>		<b>S/. 222,990</b>

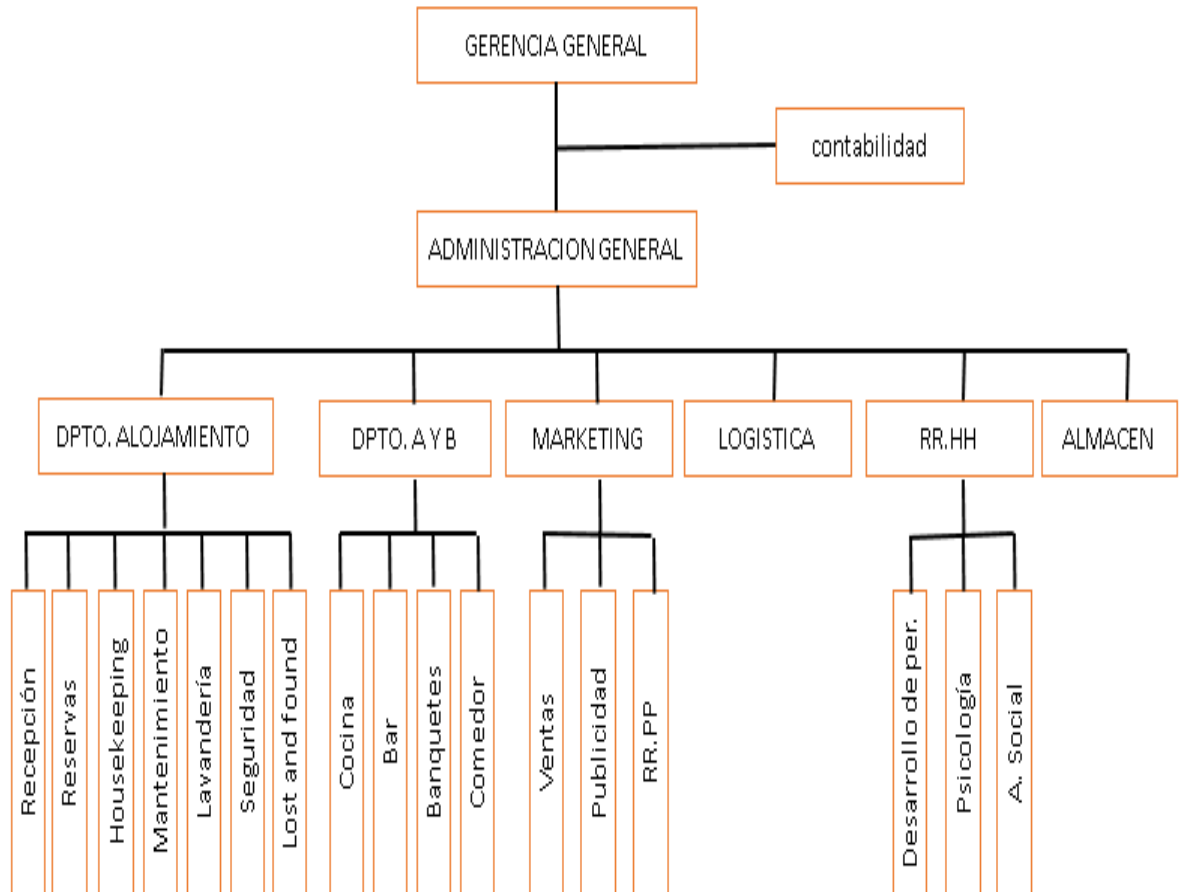
#### 4.1.5 POSIBLES PROVEEDORES

CUADRO N° 13  
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

<p><b>Alimentos y bebidas</b></p>	
<p><b>Alojamiento</b></p>	
<p><b>Marketing</b></p>	
<p><b>Mantenimiento</b></p>	
<p><b>Material de oficina</b></p>	

#### 4.1.6 Organigrama funcional.

### ORGANIZACIÓN





COLABORADORES DE LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL:





TABLA N° 13

<b>PUESTO DE TRABAJO</b>	<b>Nº</b>	<b>SALARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Gerente general	1	7000,00	7000,00
Seguridad	3	1000,00	3000,00
Jefe de seguridad	1	2000,00	2000,00
Ama de llaves	3	2500,00	7500,00
Camareras/ cuartelero	8	930,00	7440,00
Supervisora de piso	2	1000,00	2000,00
Recepcionista	6	1300,00	7800,00
Jefa de recepcionista	1	2400,00	2400,00
Jefa de lavandería	2	1500,00	3000,00
Lavanderas	3	1200,00	3600,00
Concierge	3	1000,00	3000,00
Valet Parking	2	1000,00	2000,00
Cajero en restaurante/ bar	3	1000,00	3000,00
Mesero	4	1200,00	4800,00
Chef	2	2000,00	4000,00
Cocinero	4	1200,00	4800,00
Bartenders	4	1200,00	4800,00
Maître	2	1200,00	2400,00
Jefe de mantenimiento	2	1000,00	2000,00
Electricista	2	1000,00	2000,00
Pintores	2	940,00	1880,00
Plomeros	2	940,00	1880,00
Gerente de R. Publicas	1	1900,00	1900,00
Gerente de marketing	1	2000,00	2000,00
jefe de RR.HH	1	1900,00	1900,00
Gerente de Adm y finanzas	1	2000,00	2000,00
<b>TOTAL</b>	<b>66</b>		<b>90100,00</b>






## Descripción de Funciones de cada uno.




TABLA N° 14

PUESTO DE TRABAJO	TAREAS DEL PUESTO	EXPERIENCIA
<b>GERENTE GENERAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Designar todas las posiciones gerenciales.</li> </ul>	<b>7 años</b> 
<b>SEGURIDAD</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se encarga de mantener la seguridad tanto de nuestros clientes como de las instalaciones de nuestro hotel.</li> </ul>	<b>3 años</b> 
<b>JEFE DE SEGURIDAD</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El análisis de situaciones de riesgo y planificación del establecimiento.</li> </ul>	<b>4 años</b> 

<p><b>AMA DE LLAVES</b></p>		<p><b>3 años</b></p> 
<p><b>CAMARERAS / CUARTELERO</b></p>		<p><b>1 años</b></p> 
<p><b>SUPERVISOR A DE PISO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar que el personal de housekeeping cumpla con sus funciones.</li> </ul>	<p><b>2 años</b></p> 
<p><b>RECEPCIONISTA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registrar la entrada y salida, de los huéspedes y su organización y control de inventarios.</li> </ul>	<p><b>2 años</b></p> 



<p><b>JEFA DE RECEPCIONISTA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• brindar posibles soluciones a los problemas que se presente.</li> </ul>	<p><b>3 años</b></p> 
<p><b>JEFA DE LAVANDERÍA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisa que el área de lavandería que este en óptimas condiciones..</li> </ul>	<p><b>2 años</b></p> 
<p><b>LAVANDERAS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clasifica los artículos según color, tejido y tratamiento requerido.</li> </ul>	<p><b>1 año</b></p> 
<p><b>CONCIERGE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer reservaciones para cenas, dar reservar paseos o encontrar a un médico que vaya a domicilio.</li> </ul>	<p><b>1 año</b></p> 
<p><b>VALET PARKING</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estacionara el auto de los pasajeros en el lugar designado por el hotel.</li> </ul>	<p><b>2 años</b></p> 

<p><b>CAJERO EN RESTAURANTE/ BAR</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar la cancelación de los órdenes del establecimiento.</li> </ul>	<p><b>3 años</b></p> 
<p><b>MESERO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocimiento del menú, atención personalizada al cliente.</li> </ul>	<p><b>1 año</b></p> 
<p><b>CHEF</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Es la persona responsable de la creación de las recetas .</li> </ul>	<p><b>5 años</b></p> 
<p><b>COCINERO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Preparar, cocinar y presentación de los productos de uso culinario.</li> </ul>	<p><b>3 años</b></p> 

<b>BARTENDERS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizar el Bar o salón de Bar.</li> </ul>	<p><b>4 años</b></p> 
<b>MAÎTRE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durante los servicios de almuerzo y cena, se encarga de recibir a los clientes en el <a href="#">comedor</a>.</li> </ul>	<p><b>4 años</b></p> 
<b>SOMMELLER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elabora el pedido de los vinos.</li> </ul>	<p><b>3 años</b></p> 
<b>JEFE DE MANTENIMIENTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisa el mantenimiento de las instalaciones.</li> </ul>	<p><b>3 años</b></p> 

<b>ELECTRICISTA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar las inspecciones programadas de los equipos del hotel.</li> </ul>	<p><b>2 años</b></p> 
<b>PINTORES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Efectúa reparaciones ocasionadas por el uso en el hotel.</li> </ul>	<p><b>2 años</b></p> 
<b>PLOMEROS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Repara instalaciones sanitarias, tuberías, entre otros.</li> </ul>	<p><b>3 años</b></p> 
<b>GERENTE DE R. PUBLICAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encargados del manejo de la mesa de diálogos tanto públicos como privados.</li> </ul>	<p><b>6 años</b></p> 

<p><b>GERENTE DE MARKETING</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de estrategias de publicidad y promoción en beneficios del hotel.</li> </ul>	<p><b>5 años</b></p> 
<p><b>JEFE DE RR.HH</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar los procesos relacionados con la contratación del personal y capacitaciones.</li> </ul>	<p><b>4 años</b></p> 
<p><b>GERENTE DE AD Y FINANZAS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable de elaborar los análisis e informes contables y financieros.</li> </ul>	<p><b>6 años</b></p> 

#### 4.2 Localización

El Hotel **5 Estrellas Mujica Garden Inn San Isidro**, se encuentra ubicado estratégicamente en pleno centro financiero de San Isidro, en el cruce de la Av. Francisco Masías con Javier Prado; con un área de 2070 m<sup>2</sup> a tan solo 15 km del aeropuerto internacional Jorge Chávez, con proximidad a zonas comerciales,

culturales, turísticas y de entretenimiento, así como fácil acceso al centro Histórico de Lima e importantes aéreas de la ciudad.

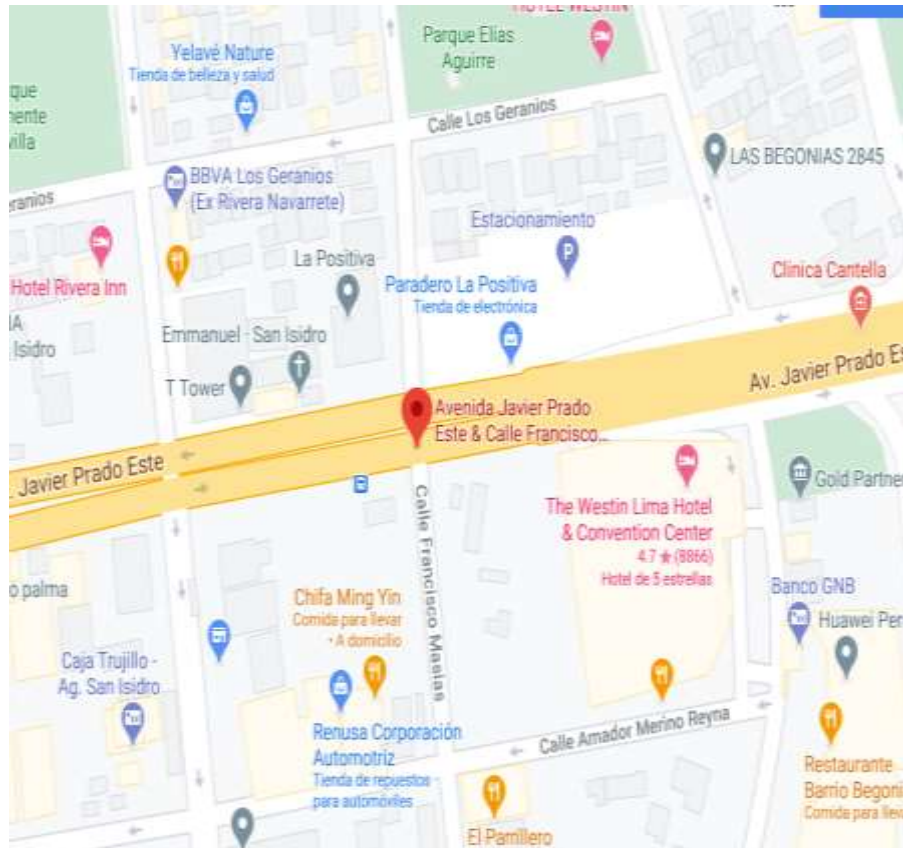


FIGURA N.º 6

## **Cruce de la Av. Francisco Masías con Javier Prado (SAN ISIDRO)**

### **4.3 Proceso operativo**

#### **FIGURA N° 7 Entrega de Habitación al Huésped**

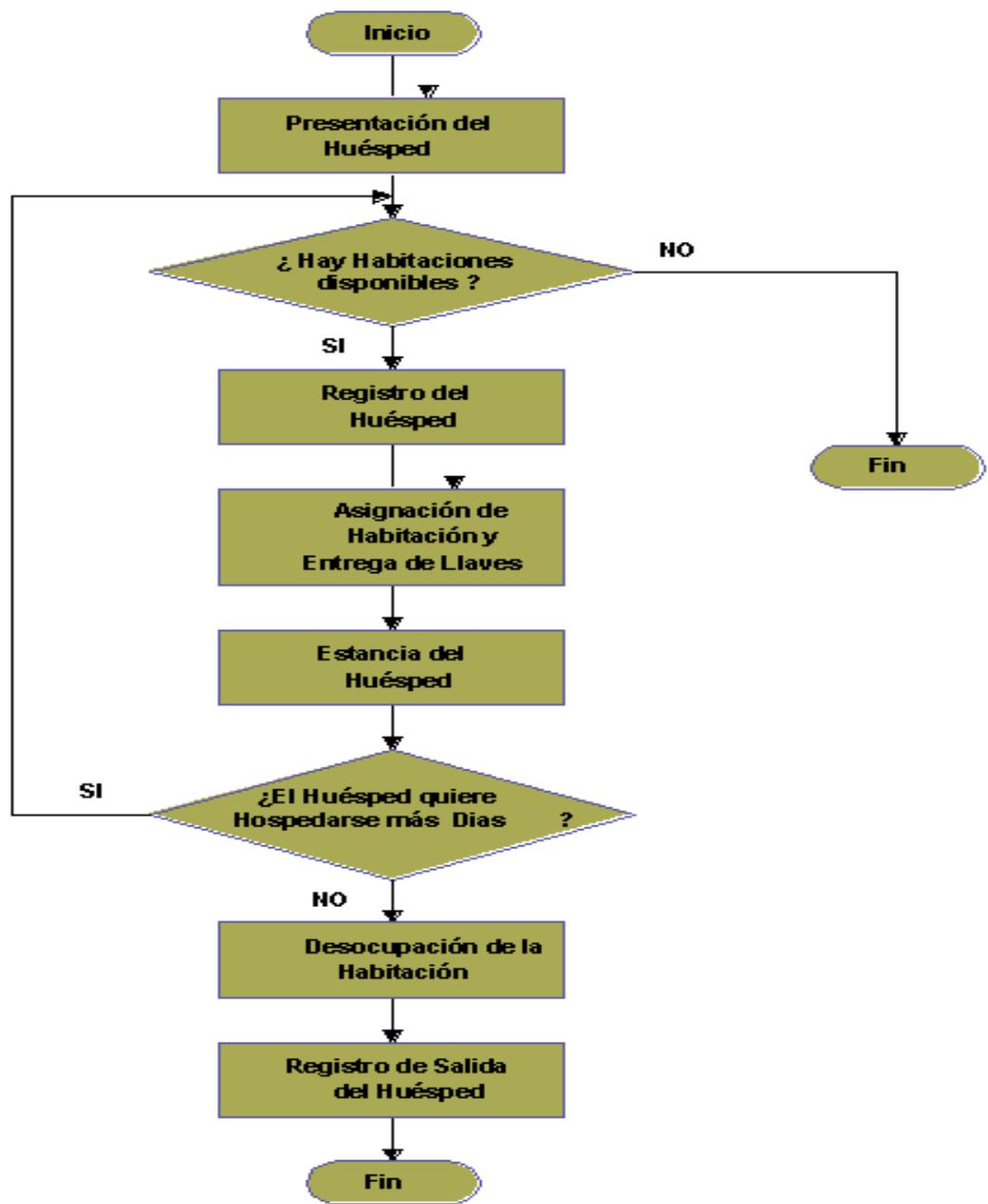


FIGURA N° 8

FLUJOGRAMA DEL AREA DE SPA



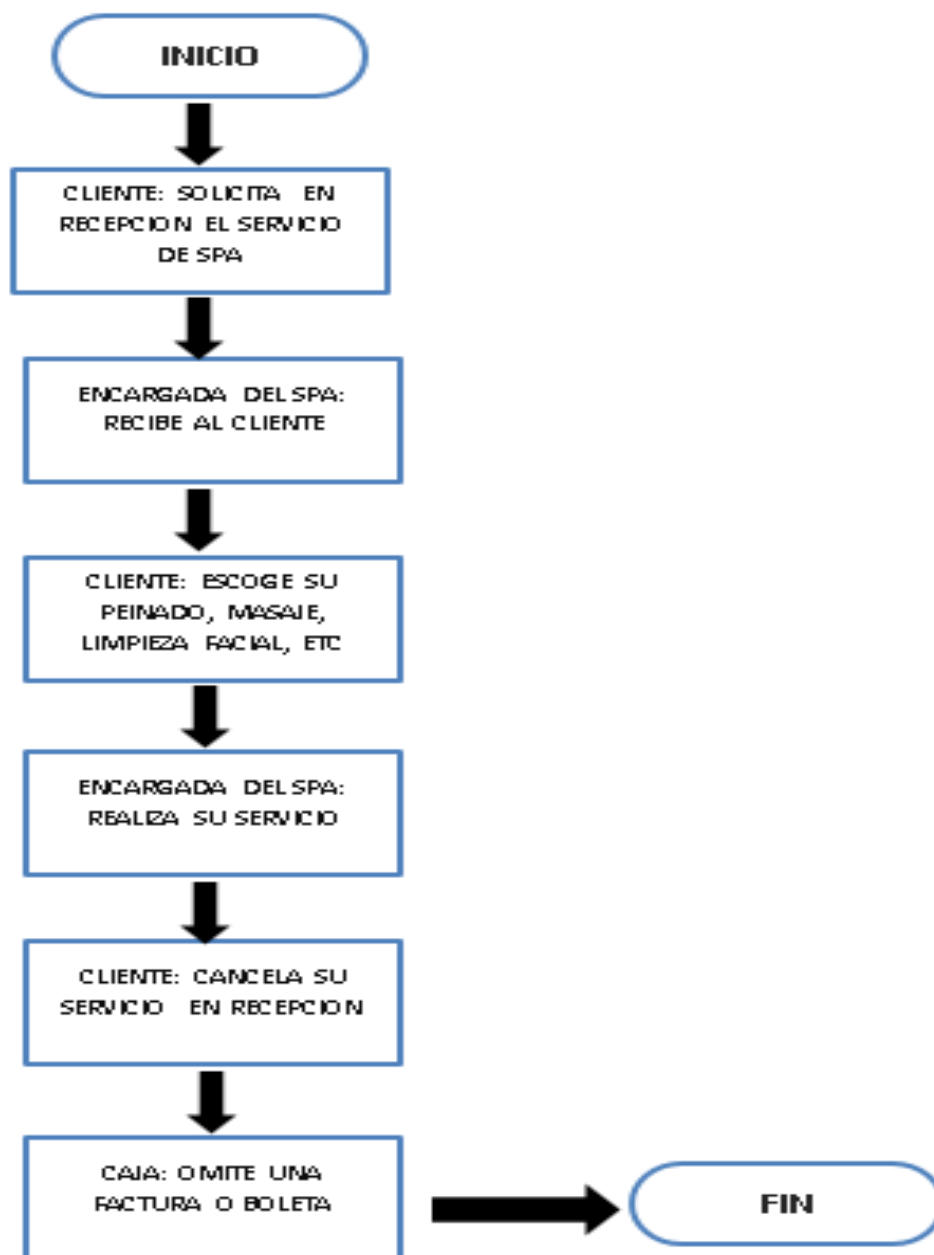
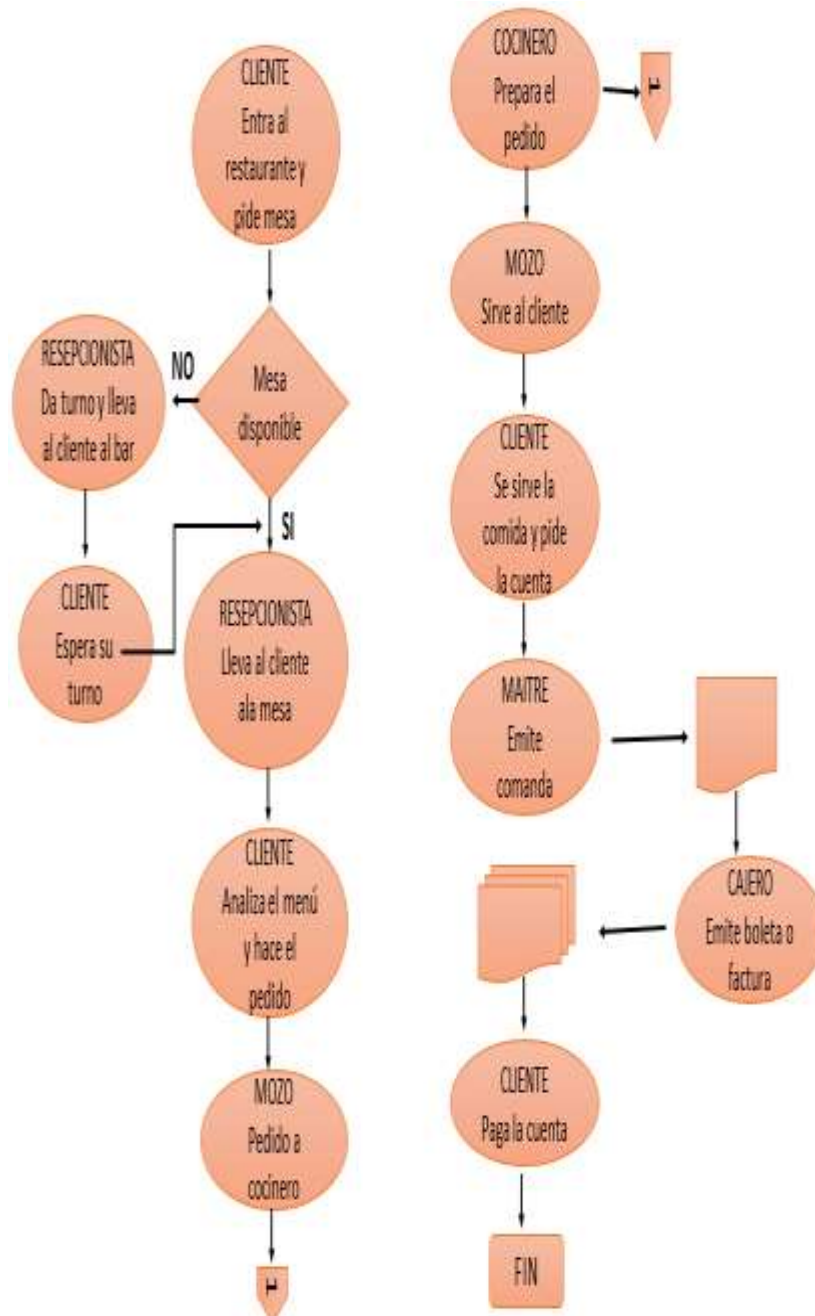


FIGURA N° 9

## FLUJOGRAMA DEL AREA DE RESTAURANTE



## CAPÍTULO V

### 5. PLAN FINANCIERO

#### 5.1 Supuestos

Son aquellas condiciones suficientes para garantizar el éxito de nuestro proyecto en cada uno de sus niveles (político, social, económico, tecnológico y voluntad empresarial).

#### 5.2 Demanda proyectada en unidades

**CUADRO N° 14**  
**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**  
**(ENERO – DICIEMBRE)**  
**2021**

<b>HOSPEDAJE</b>	50	57,5	32,5	25	40	75	90	75	40	65	75	65
<b>RESTAURANTE</b>	46	52,9	29,9	23	36,8	69	82,8	69	36,8	59,8	69	59,8
<b>CASINO</b>	30	34,5	19,5	15	24	45	54	45	24	39	45	39
<b>SERV. EJECUTIVO</b>	2	2,3	1,3	1	1,6	3	3,6	3	1,6	2,6	3	2,6
<b>GIMNACIO</b>	7,5	8,625	4,875	3,75	6	11,25	13,5	11,25	6	9,75	11,25	9,75
<b>BARBERIA</b>	4	4,6	2,6	2	3,2	6	7,2	6	3,2	5,2	6	5,2

## VENTA PROYECTADA EN SOLES

**CUADRO N° 15**  
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

PRODUCTOS	PRECIO DEL	PERIODOS												TOTAL
	PRODUCTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
	O SERVICIO	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	
HOSPEDAJE	611	1550	1610	1008	750	1240	2250	2790	2325	1200	2015	2250	2015	S/.21.002,5
RESTAURANTE	52,6	1426	1481	926,9	690	1141	2070	2567	2139	1104	1854	2070	1853,8	S/.19.322,3
CASINO	150	930	966	604,5	450	744	1350	1674	1395	720	1209	1350	1209	S/.12.601,5
SERV. EJECUTIVO	2000	62	64,4	40,3	30	49,6	90	111,6	93	48	80,6	90	80,6	S/.840,1
GIMNACIO	200	232,5	241,5	151,1	112,5	186	337,5	418,5	348,75	180	302,3	337,5	302,25	S/.3.150,375
BARBERIA	80	124	128,8	80,6	60	99,2	180	223,2	186	96	161,2	180	161,2	S/.1.680,2
<b>TOTAL ACUMULADO</b>														<b>S/.58.596,975</b>

Cuadro Estadístico por cada producto (unidades monetarias)

**GRÁFICO N° 2**

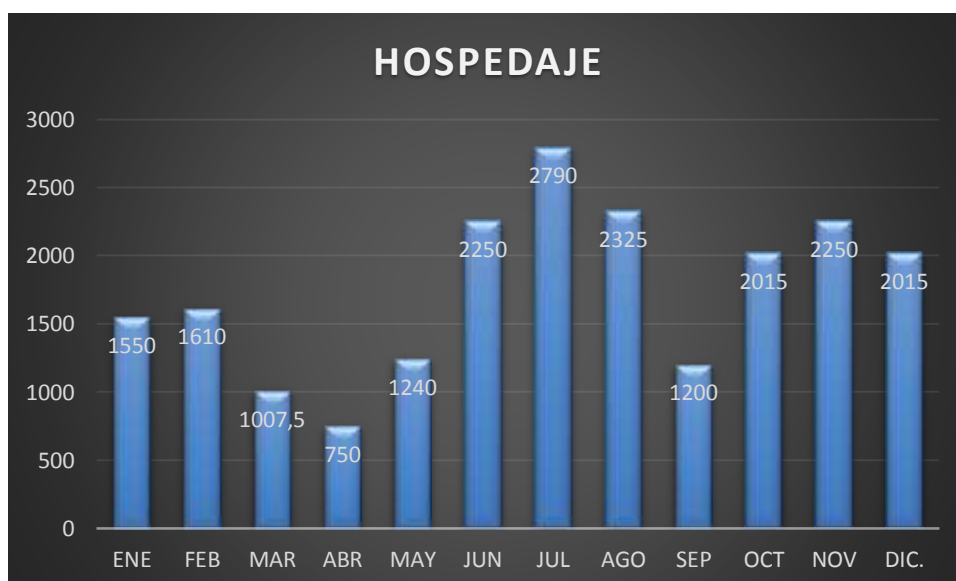


GRÁFICO N° 3



GRÁFICO N° 4



GRÁFICO N° 5



GRÁFICO N° 6

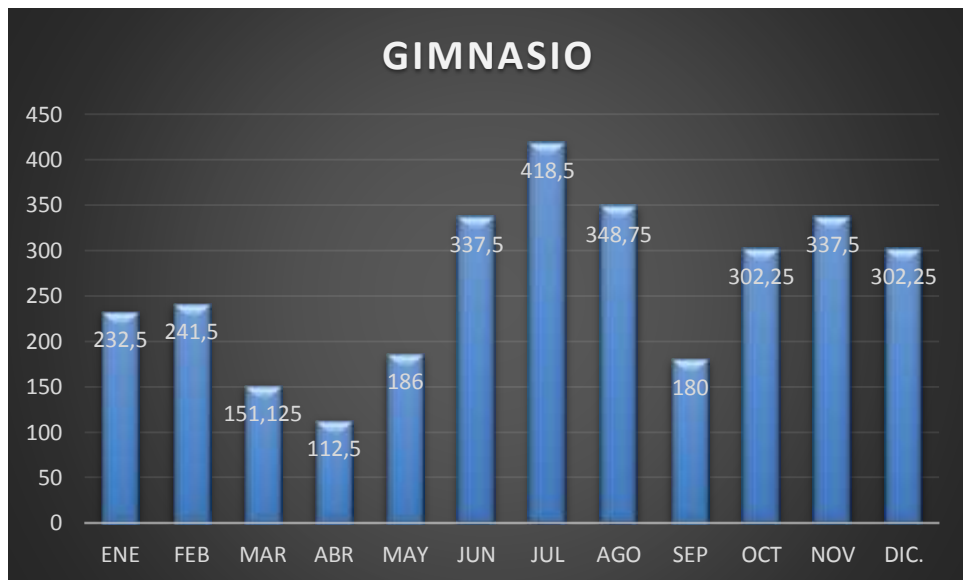
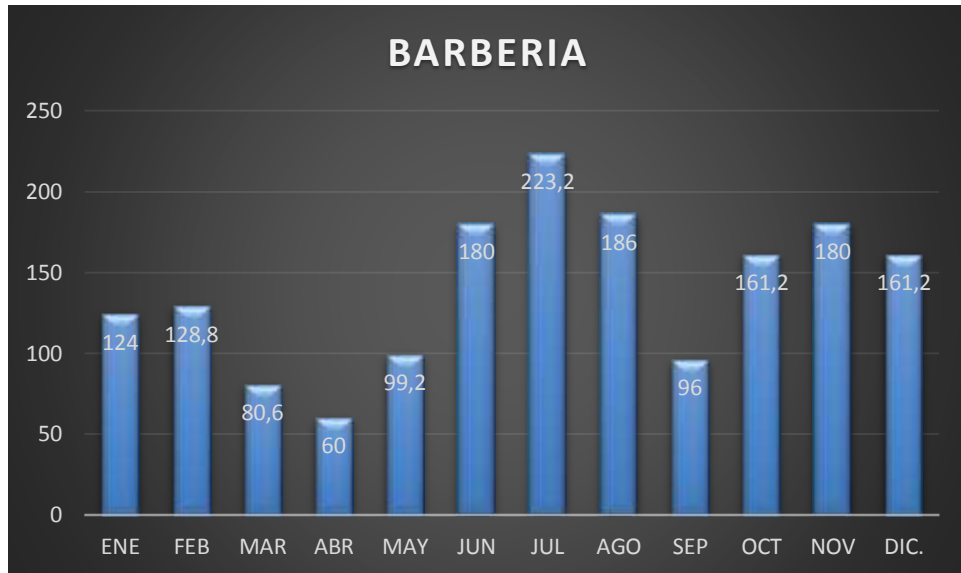


GRÁFICO N° 7



### 5.3 Estimación de inversión inicial

Valorización de todos mis activos y mi capital de trabajo.

#### 5.3.1 Inversión Fija

Gastos que son cuantificables como por ejemplo (maquinaria y equipo)

#### 5.3.2 Capital de Trabajo

Se refiere a la cantidad necesaria de recursos de nuestro plan de negocio, para que pueda realizar sus operaciones con normalidad.

## PLAN DE INVERSION

### CUADRO N° 16

RUBRO	VALOR UNITARIO	UNIDADES REQUERIDAS	INVERSION TOTAL
<b>1. ACTIVO FIJO</b>			
<b>Terrenos y/o infraestructura</b>			
Costo del terreno 2,070m <sup>2</sup>	S/. 3,026.00	2,070m <sup>2</sup>	S/. 6,263,820.00
Valor de la construcción (70%)			S/. 4,384,674.00
<b>TOTAL</b>			<b>S/. 10,648,494.00</b>
<b>Maquinarias y equipos</b>	S/. 1,916,558.00	1	S/. 1,916,558.00
<b>Herramientas</b>	S/. 237,048.00	1	S/. 237,048.00
<b>Muebles y Enceres</b>	S/. 645,400.00	1	S/. 645,400.00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>S/. 13,447,500.00</b>
<b>2. GASTOS PRE OPERATIVOS</b>			
Licencia de construcción	S/. 127.00	1	S/. 127.00
Licencia de funcionamiento	S/. 3,950.00	1	S/. 3,950.00
Certificado de defensa civil	S/. 395.00	1	S/. 395.00
constitución de la empresa	S/. 1,840.00	1	S/. 1,840.00
certificado de MINCETUR	S/. 330.00	1	S/. 330.00
Certificado de DIGESA	S/. 197.50	1	S/. 197.50
carne de sanidad	S/. 20.00	30	S/. 600.00
Promoción y publicidad	S/. 28,397.00		S/. 28,397.00
<b>TOTAL DE GASTOS PRE OPERATIVOS</b>			<b>S/. 35,836.50</b>
<b>3. CAPITAL DE TRABAJO</b>			
* Sueldos y Salarios (*3 meses)	S/. 90,100.00	3	S/. 270,300.00
* Insumos (*3 meses)	S/. 222,990.00	3	S/. 668,970.00
<b>TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO</b>			<b>S/. 939,270.00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>S/. 25,071,100.50</b>

CONCEPTO	MONTO
SUNARP ( Elevar la Inscripción)	S/. 90.00
Notaria (Minuta, escritura pública)	S/. 1,500.00



Asesoría legal(abogado)	S/. 150.00
SUNAT (RUC)	S/. 100.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 1,840.00</b>

#### 5.4 Financiamiento

Nuestro proyecto, es un **hotel de categoría superior**.

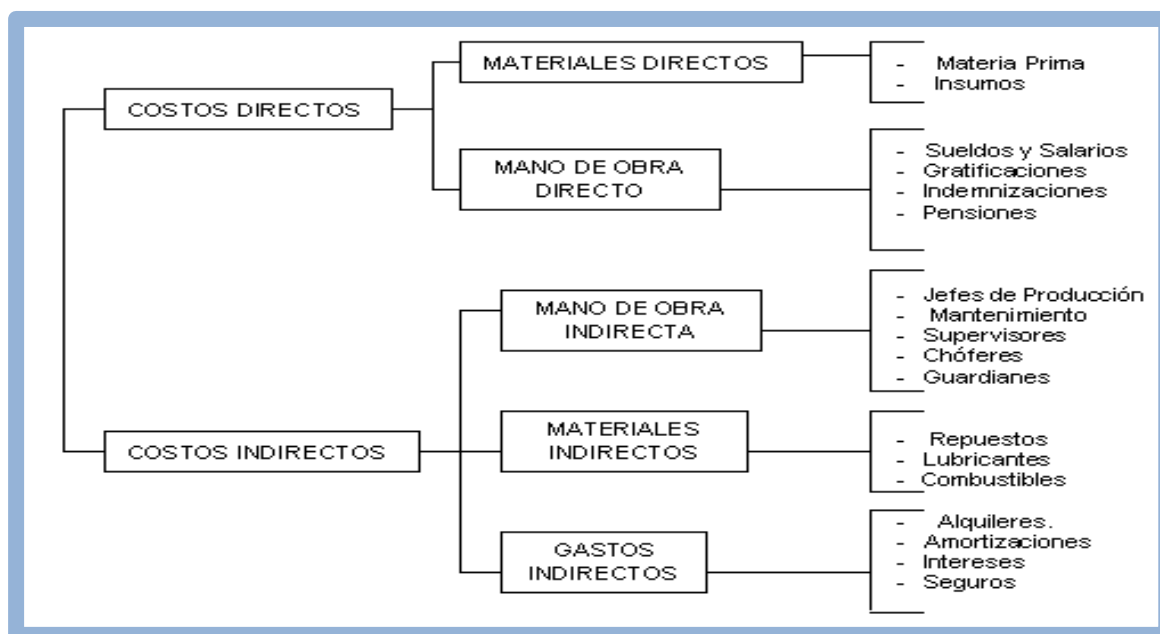
5 accionistas S/. 25.071.100,50 (ver cuadro de aportaciones).

APORTES:

20%	S/. 5.014.220,10
20%	S/. 5.014.220,10
20%	S/. 5.014.220,10
20%	S/. 5.014.220,10
20%	S/. 5.014.220,10
100%	<b>S/.25.071.100,50</b>

## 5.5 Estimación de costos

CUADRO N° 17



**CUADRO N° 18**

<b>COSTO TRADICIONAL</b>	<b>COSTO BASADO EN ACTIVIDADES</b>
Divide los gastos de la empresa en costos de fabricación, los cuales son llevados a los productos en gastos de administración y ventas.	Los costos de administración y ventas son llevados a los productos.
Utiliza apenas un criterio de distribución de los CF a los productos, x lo común hh, horas máquinas trabajadas o volúmenes producidos.	Utiliza varios factores de asociación, buscando obtener el costo más real y preciso posible.
Los productos consumen los costos.	Las actividades consumen los costos, los productos consumen actividades.
Asigna los costos indirectos de fabricación usando como base una medida de volumen.	Asigna de los costos indirectos de fabricación en función de los recursos consumidos por las actividades (costs – drivers).
Se preocupa de valorizar principalmente los procesos productivos.	Se preocupa valorizar todas las áreas de la organización.
Orientado según la estructura de la organización, valorización de tipo funcional.	Orientado hacia los procesos, valorización de tipo transversal y mejoramiento de procesos.

**5.5.1 Costos Fijos / Costos Variables****CUADRO N° 19**

<b>RUBRO</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>UNID. REQUERIDAS</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	
			<b>FIJO</b>	<b>VARIABLE</b>
<b>1. COSTOS DIRECTOS</b>				
<b>MATERIALES</b>				
Espejo de cuerpo entero	S/. 180.00	110	*	
Perchero	S/. 70.00	110	*	
Tocador	S/. 150.00	110	*	
Velador	S/. 100.00	110	*	
Lampara	S/. 70.00	110	*	
Colchón 2 plz	S/. 800.00	110	*	
Colchón royal	S/. 1,500.00	110	*	
Colchón royal Elizabeth	S/. 1,050.00	110	*	
Set de cama	S/. 250.00	110	*	
sofá	S/. 1,400.00	16	*	
barra de bar	S/. 5,800.00	1	*	

Tarima	S/. 650.00	110	*	
cubertería	S/. 140.00	12 juegos	*	
licuadora	S/. 350.00	5	*	
vajilla	S/. 450.00	8 juegos	*	
cristalerías	S/. 550.00	10 juegos	*	
mopas	S/. 34.00	60	*	
estante de ollas	S/. 400.00	2	*	
Lockers	S/. 464.00	2	*	
planchas	S/. 230.00	60	*	
percheros	S/. 70.00	110	*	
carro camarera piso	S/. 1,400.00	50	*	
escobas	S/. 30.00	50	*	
mantelería	S/. 25.00	50	*	
ceniceros	S/. 650.00	110	*	
Ascensores	S/. 200,000	3	*	
Televisores	S/. 1,500	110	*	
Intercomunicadores (72)	S/. 2,120	10	*	
proyectores	S/. 1,890	3	*	
Aire acondicionado	S/. 5,312	15	*	
Terma	S/. 1,219	110	*	
Frigobar	S/. 499	70	*	
Jacuzzi	S/. 2,589	60	*	
Minivan	S/. 169,500	2	*	
Lavadoras	S/. 10,000	4	*	
Sistema de DVD	S/. 249	110	*	
Aspiradoras	S/. 2,450	10	*	
Pulidoras	S/. 3,000	10	*	
Secadora de cabello	S/. 60	110	*	
Extractor de olores	S/. 1,627	4	*	
Equipos de computo	S/. 1,800	5	*	
Lamparas	S/. 199	150	*	
cocina industrial	S/. 5,600	1	*	
Conservador + congelador	S/. 7,800	1	*	
Cámaras de seguridad	S/. 6,480	30	*	
Materia prima e insumos	S/. 222,990.00	1		*
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS</b>	<b>S/. 663,697.00</b>			

<b>2. COSTOS INDIRECTOS</b>				
<b>Gastos administrativos</b>				
costo de terreno y construcción	S/. 10,648,494.00		*	
publicidad y promoción	S/. 28,397.00		*	

planif	<div style="border: 2px solid blue; border-radius: 15px; padding: 10px; text-align: center;"> <p><b>COSTO FIJO + COSTO VARIABLE</b></p> <p>11214557,50 + 222990,00</p> <p><b>COSTO TOTAL = 11437547,50</b></p> </div>			
Gas				
Lice				
Lice				
Cer				
con				
cert				
Certi				
carne de sanidad	S/. 20.00	30	*	
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>S/. 10,773,850.50</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 11,437,547.50</b>			

#### COSTO TOTAL UNITARIO DE PRODUCCION

**(CFT) Costo Fijo Total = 11, 214,557.50**

**(CVT) Costo Variable Total = 222,990,00**

##### **A. HOSPEDAJE**

Unidades producidas = 1750 por mes

CFU =  $11,214,557.50 / 1750 = S/ 6,408.31$

CVU =  $222,990.00 / 1750 = S/ 127.4$

CTU =  $6,408.31 + 127.4 = S/ 6,535.71$

##### **B. RESTAURANTE**

Unidades producidas = 1610 por mes

CFU =  $11,214,557.50 / 1610 = S/ 6,965.56$

CVU =  $222,990.00 / 1610 = S/ 138.50$

CTU =  $S/ 7,104$

##### **C. CASINO**

Unidades producidas = 1050 por mes

CFU =  $11,214,557.50 / 1050 = S/ 10,680.53$

$$CVU = 222990.00 / 1050 = 212.37$$

$$CTU = S/ 10,892.9$$

#### **D. SERV. EJECUTIVOS**

Unidades producidas = 70 por mes

$$CFU = 11,214,557.50 / 70 = S/ 160 208.96$$

$$CVU = 222990.00 / 70 = 3,185.57$$

$$CTU = S/ 163,394.53$$

### **5.6 Determinación de precio.**

Basados en un análisis de la competencia, conociendo sus fortalezas y debilidades para tomar una mejor decisión.

### **5.7 Equilibrio / Margen de contribución**

$$\text{Contribución Marginal} = \text{Precio venta} - \text{Costo Variable Unitario}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Margen de Contribución}} = \text{Cantidades}$$

$$\text{Punto de equilibrio en S/.} = \text{Cantidades} \times \text{Precio de Venta}$$

#### **A. HOSPEDAJE**

DATOS	
Precio de Venta Unitario por mes (PV) (611x30)	S/. 18,330.00

Costo Variable Unitario	S/. 127.4
-------------------------	-----------

1. CM = S/. 18,202.6

2. Punto de Equilibrio

En unidades	En soles por dia
PE :11, 214,557.50 / 18,202.6	PRECIO X CANTIDAD
<b>PE= 616 Habitaciones mensuales.</b>	PE= S/12,525.50

PE = 20.5 Habitaciones por dia.
---------------------------------

## B. RESTAURANTE

DATOS	
Precio de Venta Unitario por mes (PV) (52.6x30)	S/. 1,578.00
Costo Variable Unitario	S/. 138.50

1. CM = S/. 1,439.50

2. Punto de Equilibrio

En unidades	En soles por dia
PE :11, 214,557.50 / 1,439.50	PRECIO X CANTIDAD
PE= 7,790 platos mensuales.	

PE= 259 platos por dia.	PE= S/ 13,623.40
-------------------------	------------------

### C. Casino

DATOS	
Precio de Venta Unitario por mes (PV) (150x30)	S/. 4,500.00
Costo Variable Unitario	S/ 212.37

1. CM = S/. 4,287.63
2. Punto de Equilibrio

#### En unidades

PE :11, 214,557.50 / 4,287.63

PE= 2,615.5 juegos mensuales.

PE= 87.18 juegos por día.

#### En soles por día

PRECIO X CANTIDAD

PE= S/ 13,077.00

#### 2. Punto de Equilibrio en unidades

PE :11, 214,557.50/ 56,814.43

PE= 197.38 servicios ejecutivos.

PE= 6.5 servicios diario.

### D. SERVICIOS EJECUTIVOS

DATOS	
Precio de Venta Unitario por mes (PV) (2000x30)	S/. 60,000.00
Costo Variable Unitario	S/ 3,185.57

1. CM = S/. 56,814.43



## CAPÍTULO VI

### 6. ANALISIS FINANCIERO

#### 6.1 FLUJO DE CAJA

#### CUADRO Nº 20

MESES	0	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
<b>HOSPEDAJE</b>														
CANTIDAD		1550	1610	1007,5	750	1240	2250	2790	2325	1200	2015	2250	2015	\$/21.002,5
PRECIO POR UNIDAD		\$/611	\$/611	\$/611	\$/611	\$/611	\$/611	\$/611	\$/611	\$/611	\$/611	\$/611	\$/611	\$/7.332
INGRESO TOTAL		\$/947.050	\$/983.710	\$/615.583	\$/458.250	\$/757.640	\$/1.374.750	\$/1.704.690	\$/1.420.575	\$/733.200	\$/1.231.165	\$/1.374.750	\$/1.231.165	\$/12.832.528
<b>RESTAURANTE</b>														
CANTIDAD		1426	1481,2	926,9	690	1140,8	2070	2566,8	2139	1104	1853,8	2070	1853,8	\$/19.322,30
PRECIO POR UNIDAD		\$/52,6	\$/52,6	\$/52,6	\$/52,6	\$/52,6	\$/52,6	\$/52,6	\$/52,6	\$/52,6	\$/52,6	\$/52,6	\$/52,6	\$/631
INGRESO TOTAL		\$/75.008	\$/77.911	\$/48.755	\$/36.294	\$/60.006	\$/108.882	\$/135.014	\$/112.511	\$/58.070	\$/97.510	\$/108.882	\$/97.510	\$/1.016.353
<b>CASINO</b>														
CANTIDAD		930	966	604,5	450	744	1350	1674	1395	720	1209	1350	1209	\$/12.601,50
PRECIO POR UNIDAD		\$/150,0	\$/150,0	\$/150,0	\$/150,0	\$/150,0	\$/150,0	\$/150,0	\$/150,0	\$/150,0	\$/150,0	\$/150,0	\$/150,0	\$/1.800
INGRESO TOTAL		\$/139.500	\$/144.900	\$/90.675	\$/67.500	\$/111.600	\$/202.500	\$/251.100	\$/209.250	\$/108.000	\$/181.350	\$/202.500	\$/181.350	\$/1.890.225
<b>SERV. EJECUTIVO</b>														
CANTIDAD		62	64,4	40,3	30	49,6	90	111,6	93	48	80,6	90	80,6	\$/840,10
PRECIO POR UNIDAD		\$/2.000,0	\$/2.000,0	\$/2.000,0	\$/2.000,0	\$/2.000,0	\$/2.000,0	\$/2.000,0	\$/2.000,0	\$/2.000,0	\$/2.000,0	\$/2.000,0	\$/2.000,0	\$/24.000
INGRESO TOTAL		\$/124.000	\$/128.800	\$/80.600	\$/60.000	\$/99.200	\$/180.000	\$/223.200	\$/186.000	\$/96.000	\$/161.200	\$/180.000	\$/161.200	\$/1.680.200
<b>GIMNASIO</b>														
CANTIDAD		232,5	241,5	151,125	112,5	186	337,5	418,5	348,75	180	302,25	337,5	302,25	\$/3.150,375
PRECIO POR UNIDAD		\$/200,0	\$/200,0	\$/200,0	\$/200,0	\$/200,0	\$/200,0	\$/200,0	\$/200,0	\$/200,0	\$/200,0	\$/200,0	\$/200,0	\$/2.400
INGRESO TOTAL		\$/46.500	\$/48.300	\$/30.225	\$/22.500	\$/37.200	\$/67.500	\$/83.700	\$/69.750	\$/36.000	\$/60.450	\$/67.500	\$/60.450	\$/630.075
<b>BARBERIA</b>														
CANTIDAD		124	128,8	80,6	60	99,2	180	223,2	186	96	161,2	180	161,2	\$/1.680,20
PRECIO POR UNIDAD		\$/80,0	\$/80,0	\$/80,0	\$/80,0	\$/80,0	\$/80,0	\$/80,0	\$/80,0	\$/80,0	\$/80,0	\$/80,0	\$/80,0	\$/960
INGRESO TOTAL		\$/9.920	\$/10.304	\$/6.448	\$/4.800	\$/7.936	\$/14.400	\$/17.856	\$/14.880	\$/7.680	\$/12.896	\$/14.400	\$/12.896	\$/134.416
<b>CONCEPTO</b>	0	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
<b>INGRESOS (A)</b>														
1. VENTAS		\$/1.341.978	\$/1.393.925	\$/872.285	\$/649.344	\$/1.073.582	\$/1.948.032	\$/2.415.560	\$/2.012.966	\$/1.038.950	\$/1.744.571	\$/1.948.032	\$/1.744.571	\$/18.183.796
<b>EGRESOS (B)</b>														
<b>2. ACTIVO FIJO</b>														
2.1 TERRENOS E INFRAESTRUCTURA	\$/10.648.494													
2.2 MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$/1.916.558													
2.3 HERRAMIENTAS	\$/237.048													
2.4 MUEBLES Y ENSERES	\$/645.400													
<b>3. GASTOS PRE OPERATIVOS</b>														
3.1 Lic funcionamiento/ Contruc.	\$/4.077													
3.2 Gastos notariales/Sunarp	\$/1.840													
3.3 Carné de sanidad	\$/600													
3.4 Certificado de Defensa Civil	\$/395													
3.5 Promoción y publicidad	\$/28.397													
3.6 Mincetur / Digesa	\$/527.550													
<b>Total</b>	\$/13.482.809													
<b>4. COSTOS INDIRECTOS</b>														
4.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$/90.100	\$/90.100	\$/90.100	\$/90.100	\$/90.100	\$/90.100	\$/90.100	\$/90.100	\$/90.100	\$/90.100	\$/90.100	\$/90.100	\$/90.100
Insumos		\$/222.990	\$/222.990	\$/222.990	\$/222.990	\$/222.990	\$/222.990	\$/222.990	\$/222.990	\$/222.990	\$/222.990	\$/222.990	\$/222.990	\$/222.990
<b>5. SALDOS ANTES DE IMPUESTOS (A-B)</b>	\$/	\$/1.028.887.600	\$/1.080.835.120	\$/559.195.440	\$/336.254.000	\$/760.492.080	\$/1.634.942.000	\$/2.102.469.680	\$/1.699.876.400	\$/725.860.400	\$/1.431.480.880	\$/1.634.942.000	\$/1.431.480.880	\$/11.541.373
<b>6. IMPUESTOS (20%)</b>	\$/	\$/205.777,52	\$/216.167,02	\$/111.839,09	\$/67.250,80	\$/152.098,42	\$/326.988,40	\$/420.493,94	\$/339.975,28	\$/145.172,08	\$/286.296,18	\$/326.988,40	\$/286.296,18	\$/2.885.343,30
<b>7. SALDO ECONOMICO (C)</b>	\$/	\$/823.110	\$/864.668	\$/447.356	\$/269.003	\$/608.394	\$/1.307.954	\$/1.681.976	\$/1.359.901	\$/580.688	\$/1.145.185	\$/1.307.954	\$/1.145.185	\$/8.646.429

## 6.2 Relación costo/beneficio

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

$$\text{B/C} = \frac{\text{S/.92,330,984.00}}{\text{S/. 25071,100,50}}$$

$$\text{B/C} = 3.68\%$$

## CONCLUSIONES

- 1.- La implementación de un proyecto hotelero de 5 estrellas en el distrito de San Isidro, queda ampliamente confirmada su ventaja y estrategias de gestión de calidad en función de los diferentes procesos administrativos aplicados para su ejecución.
- 2.- Se determino la viabilidad del proyecto y disminuyendo al mínimo el riesgo existente en la intención de la inversión por parte de los inversores del proyecto dando la seguridad de obtener rentas seguras en el futuro.
- 3.- Las características del mercado hotelero se hacen necesaria la implementación de un proyecto hotelero de 5 estrellas, esto debido a la insuficiente oferta de hospedaje de categoría cinco estrellas según datos del Mincetur.
- 4.- El proyecto hotelero siguiendo todos los procesos de adaptación al uso, aportado por **Juran**, hace pensar que se debe considerar a los clientes internos y externos; para la toma de decisiones. El costo/beneficio del proyecto es de 3.68% lo cual representa una rentabilidad en el proyecto.

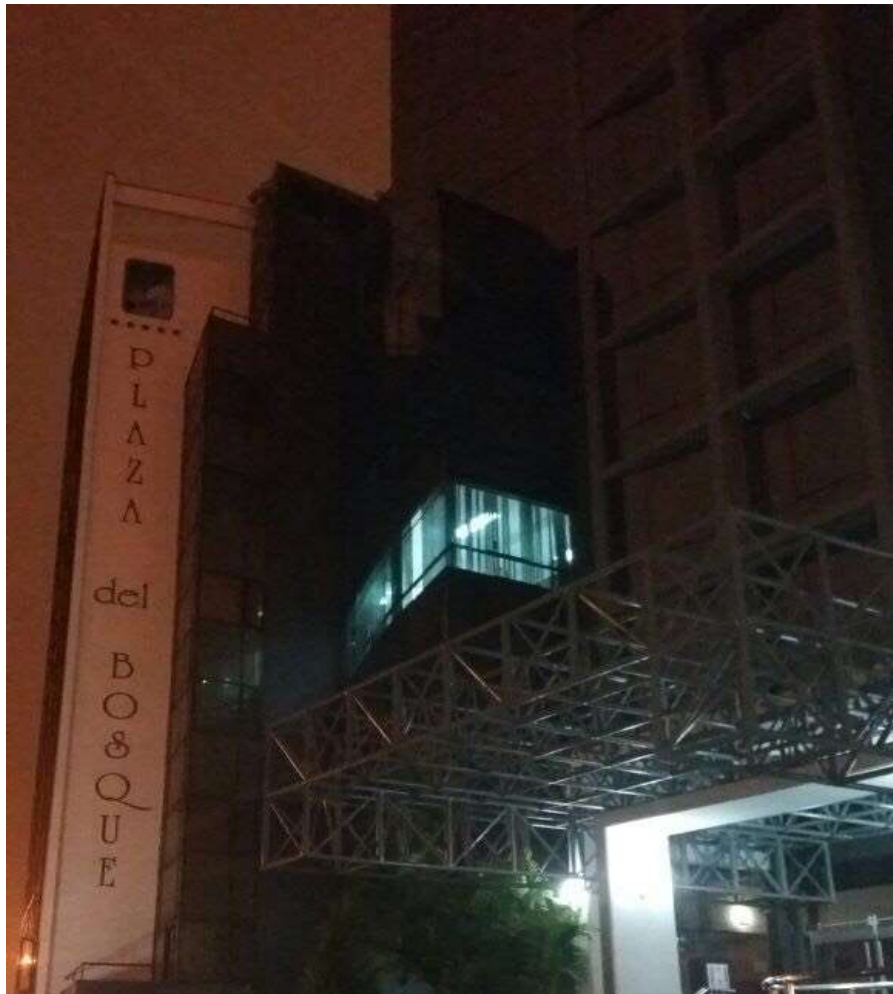
## RECOMENDACIONES

- 1.- Se recomienda la implementación de este proyecto hotelero de 5 estrellas por ser una zona de excelentes condiciones de mercado turístico, ubicado en el distrito de San Isidro, de zona comercial de alto tránsito, con un público objetivo que va desde ejecutivos hasta turistas extranjeros.
- 2.- Se recomienda actualizar las estadísticas sobre demanda de hoteles.
- 3.- Los huéspedes demandarán de algún elemento de tangibilidad en los servicios ofrecidos por el hotel. (Lovelock, C. 2009).
- 4.- Los administradores superiores del hotel deben involucrarse para dirigir el sistema de calidad, ya que son parte del plan de negocio y saber planear, controlar y aportar en la mejora continua.

# ANEXOS

## ANEXO 1

### COMPETIDORES









## ANEXO 2

### PERU 2020 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.

## PERU 2020 CAPACIDAD OFERTADA DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO

	1 ESTRELLA			2 ESTRELLA			3 ESTRELLA			4 ESTRELLA			5 ESTRELLA			ALBERGUE			ECOLOGDE			TOTAL		
	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	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	0	0	0	93	1733	2758
ÁNCASH	46	681	1104	153	2807	4888	49	1385	2495	0	0	0	0	0	0	5	47	108	0	0	0	253	4920	8595
APURÍMAC	4	60	89	13	363	562	6	168	327	0	0	0	0	0	0	2	38	72	0	0	0	25	629	1050
AREQUIPA	61	964	1564	174	3203	5791	105	2482	4715	6	221	418	3	177	326	5	64	154	2	63	142	356	7174	13110
AYACUCHO	9	211	367	10	310	592	9	283	590	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	28	804	1549
CAJAMARCA	26	499	835	122	2620	4062	79	1959	3364	4	214	401	0	0	0	0	0	0	0	0	0	231	5292	8662
CALLAO	9	139	276	7	210	406	1	70	140	1	192	384	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	611	1206
CUSCO	42	692	1193	102	1915	3419	90	3071	6016	12	1053	1984	12	1125	2141	13	176	489	0	0	0	271	8032	15242
HUANCAVELICA	1	17	21	3	50	87	3	77	119	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	144	227
HUÁNUCO	23	500	749	56	1373	2120	15	498	874	1	52	90	0	0	0	0	0	0	0	0	0	95	2423	3833
ICA	16	240	341	116	2302	3984	89	2474	4813	5	471	1040	4	476	1058	2	22	35	0	0	0	232	5985	11271
JUNÍN	11	144	233	41	991	1722	18	674	1245	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	70	1809	3200
LA LIBERTAD	31	408	731	168	2863	5137	145	3280	6257	4	238	467	2	267	534	0	0	0	0	0	0	350	7056	13126
LAMBAYEQUE	26	401	566	184	3458	5005	60	1547	2485	4	357	580	0	0	0	0	0	0	0	0	0	274	5763	8636
LIMA METROPOLITANA	40	879	1691	164	5797	10608	116	4958	9251	44	3621	6572	27	3894	6999	5	105	359	0	0	0	396	19254	35480
LIMA PROVINCIA	3	64	124	13	262	574	14	508	1103	1	66	146	1	145	307	1	12	24	0	0	0	33	1057	2278
LORETO	5	106	160	14	332	528	26	808	1388	2	90	150	1	65	135	35	525	1154	0	0	0	83	1926	3515
MADRE DE DIOS	4	92	122	9	236	405	5	182	321	0	0	0	0	0	0	8	255	536	0	0	0	26	765	1384
MOQUEGUA	13	183	324	38	547	967	8	235	511	1	46	78	0	0	0	0	0	0	0	0	0	60	1011	1880

PASCO	15	255	385	12	177	321	6	140	226	0	0	0	0	0	0	5	88	217	0	0	0	38	660	1149
PIURA	5	122	190	55	1205	1957	16	471	817	3	216	425	1	83	168	0	0	0	0	0	0	80	2097	3557
PUNO	21	387	676	63	1171	2100	32	974	1832	7	440	848	1	123	231	1	13	35	0	0	0	125	3108	5722
SAN MARTÍN	7	146	232	32	723	1224	21	681	1257	1	20	49	0	0	0	6	97	217	1	12	24	68	1679	3003
TACNA	14	259	455	67	1450	2855	25	803	1562	1	150	300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	107	2662	5172
TUMBES	0	0	0	9	233	494	12	271	606	6	574	1456	0	0	0	0	0	0	0	0	0	27	1078	2556
UCAYALI	0	0	0	4	106	162	16	532	947	4	228	393	2	162	322	2	21	52	0	0	0	28	1049	1876
PERU	446	7666	12714	1694	35941	61884	980	28810	53819	107	8249	15781	54	6517	12221	90	1463	3452	3	75	166	3374	88721	160037

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

Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA y DIRCETUR.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### LIBROS

- Crosby, P. (1979). Mejora de la Calidad. Virginia, Estados Unidos
- DEMING, W.E.: Calidad, productividad y competitividad, Madrid (primera versión en inglés de 1982): Díaz de Santos, 1989
- Del Solar Serrano, P. (2014). Sistema de gestión de la calidad. Metodología para implementar proyectos de mejora continua para la reducción de los defectos.
- ISO 9000:2000 "Norma internacional Iso 9000 sistemas de gestión de la calidad-conceptos y vocabulario
- KOTLER, P.: Dirección de mercadotecnia, 2.<sup>a</sup> ed., México: Diana, 1974.
- Lovelock, C., Wirtz, J: Marketing de servicios. Ed Pearson (2009)
- ZIKMUND, William G. investigación de mercados. Editorial McGraw Hill. MADRID, 1997.

## **PÁGINAS WEB**

[http://www.apoturperu.org/infog\\_lima.htm](http://www.apoturperu.org/infog_lima.htm)

<http://www.apeim.com.pe>

<https://decisiondelconsumidor.files.wordpress.com/2017/07/marketin-g-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)

[https://issuu.com/librospdfgratis/docs/juran\\_y\\_el\\_liderazgo\\_para\\_la\\_calidad\\_-\\_376](https://issuu.com/librospdfgratis/docs/juran_y_el_liderazgo_para_la_calidad_-_376)

<https://javyer.weebly.com/juran.html>

<http://maestrosdelacalidadmc105611.blogspot.com/p/maestros-y-sus-aportes.html>

<http://www.mincetur.gob.pe>