



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y  
EDUCACIÓN**

**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO HOTELERÍA Y  
GASTRONOMÍA**

**ESTRATEGIA DE CALIDAD DE UN PLAN DE NEGOCIO  
DE UN HOTEL TRES ESTRELLAS EN EL DISTRITO DE  
MIRAFLORES 2020**

**BACH: ROJAS YAHUARCANI ELIZABETH ROJANA**

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

**LIMA – PERÚ**

**2020**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de investigación a Dios y mis padres, especialmente a nuestros docentes de la Universidad Alas Peruanas por su apoyo, motivación para ser mejores profesionales y personas de bien.

## **AGRADECIMIENTO**

El agradecimiento a mi familia, por brindarnos su apoyo moral e incondicional quienes son las personas que me apoyan en este camino, en mi desarrollo profesional y sobre todo en esta investigación.

## INTRODUCCIÓN

Actualmente la Ciudad de Lima es donde se concentra la mayoría de oferta hotelera, contando con Hoteles entre 3 y 5 estrellas. A consecuencia de ello, surge la creación de diferentes tipos de hoteles, que permiten satisfacer a toda clase de demanda, que busca desde el alojamiento nuevas experiencias.

El plan de negocio a presentar tiene como objetivo la creación de un Hotel de tres estrellas que brindará servicios de alta calidad, con una infraestructura renovada y acogedora, personal capacitado y competente.

Miraflores, uno de los principales distritos donde se concentra en su mayoría la oferta hotelera por ser una zona turística y de alto tránsito, las autoridades de Miraflores tienen una gran atención por la seguridad de las personas que transitan por sus calles. Actualmente, es uno de los distritos que tiene bajo índice de mortalidad, por la vigilancia de la Policía Nacional del Perú y sus policías municipales.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El plan de negocio del hotel tres estrellas ELYZ, se ha diseñado con una infraestructura moderna y segura, cuenta con 40 habitaciones y espacios destinados a Alimentos y Bebidas y Bar, con una inversión total de S/. 5,360,770.00, que corresponde a todas las áreas del trabajo de investigación. Conformada por 5 inversionista al 100%.

## INDICE GENERAL TESINA

|   | <b>Pág.</b> |
|---|-------------|
| DEDICATORIA.....                            | 2           |
| AGRADECIMIENTO.....                         | 3           |
| INTRODUCCIÓN .....                          | 4           |
| RESUMEN EJECUTIVO .....                     | 5           |
| INDICE GENERAL TESINA .....                 | 6           |
| INDICE DE CUADROS .....                     | 11          |
| INDICE DE TABLAS.....                       | 12          |
| INDICE DE GRÁFICOS.....                     | 13          |
| INDICE DE ILUSTRACIONES .....               | 14          |
| CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 15          |
| 1.1 Antecedentes .....                      | 15          |
| 1.1.1 Objetivos.....                        | 16          |
| 1.2 Justificación.....                      | 18          |
| 1.3 Metodología de la Investigación .....   | 19          |
| 1.3.1 Fuentes de Información .....          | 19          |
| 1.3.2 Investigación Cualitativa .....       | 19          |
| 1.3.3 Investigación Cuantitativa .....      | 19          |
| 1.4 Marco Conceptual .....                  | 20          |
| 1.5 Alcances y 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 .....                     | 24 |
| 2.2.1    Oferta Directa .....                          | 24 |
| 2.2.2    Oferta Indirecta .....                        | 24 |
| 2.2.3    Cálculo de la Oferta .....                    | 25 |
| 2.3    Análisis de la Demanda.....                     | 27 |
| 2.3.1    Demanda Potencial .....                       | 27 |
| 2.3.2    Demanda Disponible .....                      | 27 |
| 2.3.3    Demanda Efectiva .....                        | 27 |
| 2.3.4    Demanda Insatisfecha .....                    | 27 |
| 2.3.5    Demanda Objetivo .....                        | 27 |
| 2.3.6    Demanda Proyectada Ventas Netas a 5 años..... | 29 |
| 2.4    Análisis de la Rivalidad de la Industria .....  | 31 |
| 2.5    Cadena de Valor de la Industria .....           | 32 |
| 2.5.1    Misión .....                                  | 32 |
| 2.5.2    Visión.....                                   | 32 |
| 2.5.3    Valores Corporativos .....                    | 33 |
| 2.6    Análisis FODA.....                              | 33 |
| CAPITULO III. PLAN DE MARKETING .....                  | 35 |

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 3.1   | Perfil del Consumidor .....                     | 36 |
| 3.2   | Estrategia Producto.....                        | 37 |
| 3.3   | Estrategia Precio.....                          | 41 |
| 3.4   | Estrategia Plaza .....                          | 42 |
| 3.5   | Estrategia Promoción .....                      | 43 |
| 3.6   | Posicionamiento de la Marca .....               | 45 |
| 3.7   | Gestión de Calidad.....                         | 45 |
| 3.7.1 | Calidad Según Autores.....                      | 45 |
| 3.7.2 | Representantes de la Calidad.....               | 45 |
| 3.7.3 | Sistemas de Gestión de la Calidad.....          | 49 |
| 3.7.4 | Herramientas de Calidad .....                   | 49 |
| 3.7.5 | NORMAS ISO 9000.....                            | 50 |
| 3.7.6 | Manual de Buenas Prácticas de Manufactura ..... | 51 |
| 4     | PLAN DE OPERACIONES .....                       | 57 |
| 4.7   | Requerimientos para la Producción .....         | 57 |
| 4.7.3 | Maquinarias y Equipos .....                     | 57 |
| 4.7.4 | Materiales y/o Materias Primas.....             | 58 |
| 4.7.5 | Herramientas y Utensilios.....                  | 59 |
| 4.7.6 | Muebles y Enseres .....                         | 60 |
| 4.7.7 | Listado de los Posibles Proveedores.....        | 61 |
| 4.7.8 | Estructura Orgánica Funcional .....             | 63 |
| 4.8   | Localización.....                               | 65 |



|       |   |     |
|-------|---|-----|
| 4.9   | Flujo de Proceso Operativo .....                          | 66  |
| 4.10  | Diagrama de Operaciones en Proceso de la Elaboración..... | 69  |
| 5     | CAPITULO V. PLAN FINANCIERO .....                         | 71  |
| 5.1   | Supuestos .....   | 71  |
| 5.2   | Proyección de Ventas .....                                | 71  |
| 5.3   | Estimación de Inversión Inicial .....                     | 75  |
| 5.3.1 | Inversión Fija .....                                      | 75  |
| 5.3.2 | Capital de Trabajo .....                                  | 75  |
| 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.....                                 | 78  |
| 5.7   | Punto de Equilibrio .....                                 | 80  |
| 6     | EVALUACIÓN FINANCIERA.....                                | 82  |
| 6.1   | Flujo de Caja Proyectado .....                            | 82  |
| 6.2   | Tasa de Descuento .....                                   | 83  |
| 6.3   | Relación Beneficio/ Costo .....                           | 83  |
| 7     | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....                       | 84  |
| 7.1   | Conclusiones.....   | 84  |
| 7.2   | Recomendaciones.....                                      | 85  |
|       | ANEXOS .....  | 86  |
|       | REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....                          | 100 |

PÁGINAS WEB ..... 101

## INDICE DE CUADROS

|  |    |
|--|----|
| Cuadro 1 Mercado Potencial .....                 | 28 |
| Cuadro 2 Requisitos Mínicos de Equipamiento..... | 29 |
| Cuadro 3 Requisitos Mínicos de Servicio.....     | 29 |
| Cuadro 4 Análisis FODA .....                     | 34 |
| Cuadro 5 Tipos de Habitaciones .....             | 42 |
| Cuadro 6 Maquinarias y Equipos .....             | 57 |
| Cuadro 7 Materiales y/o Materias Primas.....     | 58 |
| Cuadro 8 Herramientas y Utensilios .....         | 59 |
| Cuadro 9 Muebles y Enseres .....                 | 60 |
| Cuadro 10 Planilla .....                         | 64 |

## INDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1 Competencia Directa .....             | 25 |
| Tabla 2 Competencia Indirecta.....            | 26 |
| Tabla 3 Demanda Proyectada a 5 Años.....      | 30 |
| Tabla 4 Competencia Directa .....             | 31 |
| Tabla 5 Carta del Restaurante .....           | 41 |
| Tabla 6 Carta del Bar .....                   | 41 |
| Tabla 7 Proyección de Ventas en Unidades..... | 71 |
| Tabla 8 Proyección de Ventas en Soles.....    | 73 |
| Tabla 9 Plan de Inversión.....                | 76 |
| Tabla 10 Costos Fijos / Costos Variables..... | 78 |
| Tabla 11 Flujo de Caja .....                  | 82 |

## INDICE DE GRÁFICOS

|  |    |
|--|----|
| Gráfico 1 Demanda Proyectada a 5 Años .....                    | 30 |
| Gráfico 2 Proyección de Ventas en Unidades - Hospedaje.....    | 72 |
| Gráfico 3 Proyección de Ventas en Unidades - Restaurante ..... | 72 |
| Gráfico 4 Proyección de Ventas en Unidades - Bar .....         | 73 |
| Gráfico 5 Proyección de Ventas en Soles - Hospedaje.....       | 74 |
| Gráfico 6 Proyección de Ventas en Soles - Restaurante.....     | 74 |
| Gráfico 7 Proyección de Ventas en Soles - Bar .....            | 75 |

## INDICE DE ILUSTRACIONES

|  |    |
|--|----|
| Ilustración 1 Cadena de Valor .....                          | 32 |
| Ilustración 2 Nivel Socio Económico A y B (%) .....          | 36 |
| Ilustración 3 Nivel de Gasto e Ingreso NSE Ay B.....         | 37 |
| Ilustración 4 Estructura Orgánica .....                      | 63 |
| Ilustración 5 Ubicación .....                                | 65 |
| Ilustración 6 Flujograma de Servicio de Recepción.....       | 66 |
| Ilustración 7 Flujograma de Servicio en el Restaurante ..... | 67 |
| Ilustración 8 Flujograma de la Camarera.....                 | 68 |
| Ilustración 9 Flujograma de la Cocina .....                  | 69 |
| Ilustración 10 Flujograma del Bar.....                       | 70 |
| Ilustración 11 Estimación de Costos .....                    | 77 |

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

### **1.1 Antecedentes**

Mi plan de negocio lleva como nombre ELYZ HOTEL tres estrellas, surgió al percibir en el Distrito de Miraflores una fuerte demanda de turistas nacionales y extranjeros esto se debe a que ellos buscan lugares modernos, cómodos, que los hagan sentir como en casa y sobre todo de precios justos y acorde con los servicios que la oferta ofrece .Siendo también un factor importante la seguridad reconocida por el distrito, no solo por ser turístico sino también por la cercanía a lugares turísticos y céntricos.

El plan de negocio es realizado con una infraestructura moderna, excelentes acabados, un ambiente acogedor y agradable, amplio y sobre todo brindamos un servicio de calidad a todos los que deseen hospedarse en el hotel y más aún si conocen nuestro país por primera vez ya que los ayudaremos con cualquier duda que tengan y tengan una excelente estadía.

Para ello tenemos un personal calificado de acuerdo con las expectativas del mercado, el perfil hotelero requerido con valores organizacionales definidos para poder brindar un servicio de calidad.

El Hotel contará con 40 habitaciones.

**Ubicación:**

Se ubicará en la Av. Armendáriz 220 - Miraflores.

**1.1.1 Objetivos**

Mis objetivos principales del proyecto son:

**CORTO PLAZO**

- Contar con una Ocupabilidad del 55%.
- Reconocer problemas potenciales.
- Brindar comodidad a los turistas.
- Otorgar asesoramiento para los turistas que requieran conocer la localidad con seguridad y su estadía sea placentera.
- Capacitar a nuestro personal para que brinde una atención de calidad a los huéspedes y los hagan sentir como en casa.



## **MEDIANO PLAZO**

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

## **LARGO PLAZO**

- Imagen que se consolida en un buen servicio de calidad y un especial sentido de responsabilidad.
- Ocupación del 80-100% en temporada alta.
- Apertura de un nuevo Hotel de la misma categoría.

**Razón Social:** INVERSIONES TURISTICAS ROJAS & SUITES S.A.C.

**Nombre Comercial:** ELYZ HOTEL \*\*\*

**Tipo de Régimen:** Se contará con el régimen general

**Nuestra planilla cuenta con:** 30 trabajadores.

**Actividad:** Prestadora de servicios.

**Tamaño:** Pequeña Empresa. (+10 y -50 Trabajadores)

**Número de Propietarios:** 5

## **1.2 Justificación**

### **Justificación Teórica**

Mi plan de negocio tiene como misión ofrecer alojamiento a turistas nacionales e internacionales, de todas las edades que deseen hospedarse en un lugar que los haga sentir como en casa, con una moderna infraestructura y principalmente que deseen tener nuevas experiencias tanto en el país, como en el distinguido servicio que ofreceremos por parte nuestros profesionales.

### **Justificación Social**

Debido al incremento de turistas a nuestro país en este y en los próximos años, se pondrá en marcha un proyecto hotelero, teniendo en cuenta los requisitos obligatorios impuestos en el reglamento de establecimientos de hospedaje (DS-001-2015 MINCETUR).

Así como también, la creciente actividad hotelera refleja a mucho más profesionales en hotelería y queremos como empresa aportar un beneficio social ya que al poner en marcha este proyecto generaremos más empleo en el rubro, Se contratará a profesionales hoteleros que cuenten con un perfil idóneo para cada puesto que tenemos en el hotel, los colaboradores podrán hacer una línea de carrera en la organización, todos estarán debidamente en planilla y con los beneficios de ley.

### **Justificación Metodológica**

Fuentes oficiales de indagación de las entidades representativas del sector.

## **1.3 Metodología de la Investigación**

### **1.3.1 Fuentes de Información**

Experiencias, entre otros entes oficiales.

### **1.3.2 Investigación Cualitativa**

El negocio esencial de una empresa

Ellos buscan:

- Internet.
- El tamaño de la locación.
- Ver la televisión en pantalla plana
- Aire acondicionado
- Máquina de té o café gratis
- Servicio de limpieza diaria
- Insonorización
- Iluminación adecuada

### **1.3.3 Investigación Cuantitativa**

Esta investigación es, a partir del análisis de resultados experimentales que arrojan representaciones numéricas o estadísticas verificables y que son proporcionadas por el ente rector y de otras instituciones afines ya que son datos oficiales de las mismas.

## **1.4 Marco Conceptual**

Se utilizará como guía de requisitos exactos del Reglamento DS-001-2015 que impone el MINCETUR, así como también para datos estadísticos el INEI, APEIM 2019, etc.

Así como también se tendrá en cuenta las definiciones exactas de las variables de la investigación:

## **1.5 Alcances y Limitaciones**

Alcances:

- El análisis de los riesgos de puesta en marcha del Hotel.
- Se definirá gestión de calidad y marketing que ayuden a posicionarnos en el rubro.
- El presente estudio explorará la demanda hotelera en el Distrito de Miraflores.
- El estudio funciona como guía para la implantación de un Hotel de 3 estrellas
- Lograr el liderazgo en la zona donde se creará el nuevo Hotel.
- El estudio se llevó a cabo en el distrito Miraflores y alrededores.

Limitaciones:

- La Investigación solo se dio en la zona de hoteles del Distrito de Miraflores, San isidro y Barranco.

## **CAPITULO II. ANÁLISIS DE MERCADO**

### **2.1 Análisis del Entorno**

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

Este instrumento nos ayudara a revelar y examinar los factores políticos, económicos sociales, tecnológicos de nuestro país ya que debemos tener en cuenta el medio que rodeara nuestra empresa, asimismo se podrá saber cómo afectarían en el progreso del plan. Si hacemos un buen trabajo inicial y somos capaces de descubrir aquellas variables que van a tener algún tipo de influencia en el progreso de nuestra empresa en un entorno determinado estaremos realizando un gran trabajo que nos permitirá idear adecuadamente el presente y edificar un mejor futuro para la compañía, planteando cómo vamos a hacer el rastreo a partir del punto inicial que hayamos determinado.

### **ANÁLISIS EXTERNO**

#### **A. POLÍTICO Y LEGAL**

Los inversionistas esperan que las fuerzas políticas del país apoyen al próximo presidente de la República, Sagasti con un ambiente de gobernabilidad.

La crisis política no afectará de manera inmediata la llegada de turistas extranjeros al país, pero sí podría retraer aún más las inversiones turísticas. “Esperamos que se establezca el clima político por el bien de la economía del país”

## **B. ECONÓMICO**

Se trata priorizar de más productividad a las microempresas y a las personas naturales o de otra manera, incluimos a más personas en empresas que ya son productivas o en las medianas empresas, que casi no existen en el país”,

## **C. SOCIAL- CULTURAL Y DEMOGRAFICO**

El Turismo en el Perú se constituye en la tercera industria más grande de la nación, Perú fue elegido el mejor destino gastronómico y cultural, además de otros premios otorgados, considerando a la capital Lima como el centro de transporte, cultural, económico, social, político y turístico de la nación.

## **D.- TECNOLÓGICO**

**Hilton, Marriott y Radisson** se ubican entre las cadenas hoteleras internacionales que logran implementar la funcionalidad BLE en los productos **Saflok** de **dormakaba** para las habitaciones del establecimiento, lo que permite tener acceso con un smartphone y una aplicación.

### **2.1.2 Microentorno: Cinco Fuerzas de Porter**

Herramienta o modelo estratégico para analizar la intensidad de la competencia y la rivalidad de un negocio de un sector en específico.

## LAS CINCO FUERZAS DE PORTER



## **2.2 Análisis de la oferta**

Se pudo encontrar en el Distrito de Miraflores y alrededores diversos establecimientos de la misma categoría, para el presente trabajo se consideró 5 competidores directos y 5 indirectos.

### **2.2.1 Oferta Directa**

- Hotel León de Oro
- Hotel Villa Santa
- Miraflores Suites Centro
- Hotel El Tambo
- Hotel Virreinal

### **2.2.2 Oferta Indirecta**

- D'Osma Bed & Breakfast
- Trendy Host Osma Barranco
- 3B Barranco-Chic and Basic –B&B
- Holiday in Express
- Hotel Bohemia



### 2.2.3 Cálculo de la Oferta

**Tabla 1 Competencia Directa**

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. TRABAJO DE CAMPO 2019**

| <b>Empresas Competidoras 3***</b> | <b>Nivel de Aceptacion</b> | <b>Tipos de cliente</b> | <b>Razón por la que los eligen</b> | <b>Donde se comercializa</b> | <b>Precio</b> |
|-----------------------------------|----------------------------|-------------------------|------------------------------------|------------------------------|---------------|
| <b>A – R - P</b>                  |                            |                         |                                    |                              |               |
| <b>Hotel León de Oro</b>          | -                          | Viajeros                | Desayuno                           | Miraflores                   | S/. 265       |
| <b>Hotel Vila Santa</b>           | -                          | Viajeros                | Infraestructura                    | Miraflores                   | S/. 198       |
| <b>virreinal Hotel</b>            | -                          | Viajeros                | Economico                          | Miraflores                   | S/. 172       |
| <b>Hotel El Tambo Uno</b>         | -                          | Viajeros                | Zona tranquila                     | Miraflores                   | S/. 220       |
| <b>Miraflores suites centro</b>   | -                          | Viajeros                | Servicio e infraestructura moderna | Miraflores                   | S/. 322       |

**Tabla 2 Competencia Indirecta**

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. TRABAJO DE CAMPO 2019**

| <b>Empresas Competidoras 2 y 3*</b>        | <b>Nivel de Aceptacion</b> | <b>Tipos de cliente</b> | <b>Razón por la que los eligen</b>        | <b>Donde se comercializa</b> | <b>Precio</b> |
|--|----------------------------|-------------------------|---|------------------------------|---------------|
|  | <b>A – R - P</b>           |                         |   |                              |               |
| <b>D Osma bed &amp; breakfast</b>          | -                          | Viajeros                | Habitaciones amplias                      | San Isidro                   | S/. 201       |
| <b>Holiday Inn Express</b>                 | -                          | Viajeros                | Buen servicio del personal / habitaciones | San Isidro                   | S/. 440       |
| <b>Hotel Bohemia</b>                       | -                          | Viajeros                | Lugar tranquilo y buena atención          | Barranco                     | S/. 93        |
| <b>Trendy Host Osma Barranco</b>           | -                          | Viajeros                | Desayuno y bar                            | Barranco                     | S/. 156       |
| <b>3B Barranco-Chic and Basic –B&amp;B</b> | -                          | Viajeros                | Infraestructura y amplias habitaciones    | Barranco                     | S/. 281       |

## **2.3 Análisis de la Demanda**

Miraflores está ocupada con una población de: 133,543

(Revisar cuadro).

### **2.3.1 Demanda Potencial**

El número de demandantes se tiene proyectado para recibirlos en el Hotel ELYZ tres estrellas en Miraflores es de 13,354.30.

### **2.3.2 Demanda Disponible**

Está dirigido el proyecto del Hotel tres estrellas A y B (nivel económico)

### **2.3.3 Demanda Efectiva**

La demanda efectiva es de 600..

### **2.3.4 Demanda Insatisfecha**

Consumidor el cual no está dispuesto a pagar un precio, al que no le permite su NSE y poder adquisitivo.

### **2.3.5 Demanda Objetivo**

Nuestro mercado potencial se encuentra en los turistas nacionales y extranjeros pertenecientes al sector A y B

## Cuadro 1 Mercado Potencial

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

| CONCEPTO  | N°                         |
|---|----------------------------|
| 1. Población total.                               | 133,543                    |
| 2. (individuos posibles)                          | 13,354.3                   |
| 3. Establecer la cantidad que compran el periodo. | 827 habitaciones mensuales |
| 4. Lo que venderé en el hotel                     | 3                          |

### SE OFRECERA LOS SIGUIENTES PRODUCTOS:

- HOSPEDAJE.
- RESTAURANTE
- BAR

### Servicio de Hospedaje:

ELYZ es un hotel clásico, elegante y confortable, con la modernidad que nuestros huéspedes requieren.

### HOTEL 3 ESTRELLAS - REQUISITOS MÍNIMOS

En el caso de los requisitos de teléfono, televisor, internet u otros similares, se tendrá en cuenta la cobertura del operador que trabajará con nosotros.

## Cuadro 2 Requisitos Mínimos de Equipamiento

| Requisitos mínimos de equipamiento en un hotel de 5 estrellas |                                      |
|---|--------------------------------------|
| Generales   | En habitaciones                      |
| Custodia de valores.  | Frigobar.                            |
| Internet.   | Televisor.                           |
|   | Teléfono (nacional e internacional). |

FUENTE: MINCETUR

## Cuadro 3 Requisitos Mínimos de Servicio

| Requisitos mínimos de servicio                                  |   |
|---|---|
| Generales   | En habitaciones   |
| Limpieza diaria de todos los ambientes del hogar.               | Atención en habitaciones.<br>(Room service)                             |
| Servicio de llamadas, mensajes internos y contratación de taxi. | Cambio regular de sábanas y toallas diario y en cada cambio de huésped. |
| Servicio de lavado y planchado.                                 |   |
| Servicio de custodia de equipaje.                               |   |

FUENTE: MINCETUR

### 2.3.6 Demanda Proyectada Ventas Netas a 5 años

Se considera un incremento anual de 5%, a partir del resultado del flujo de caja.

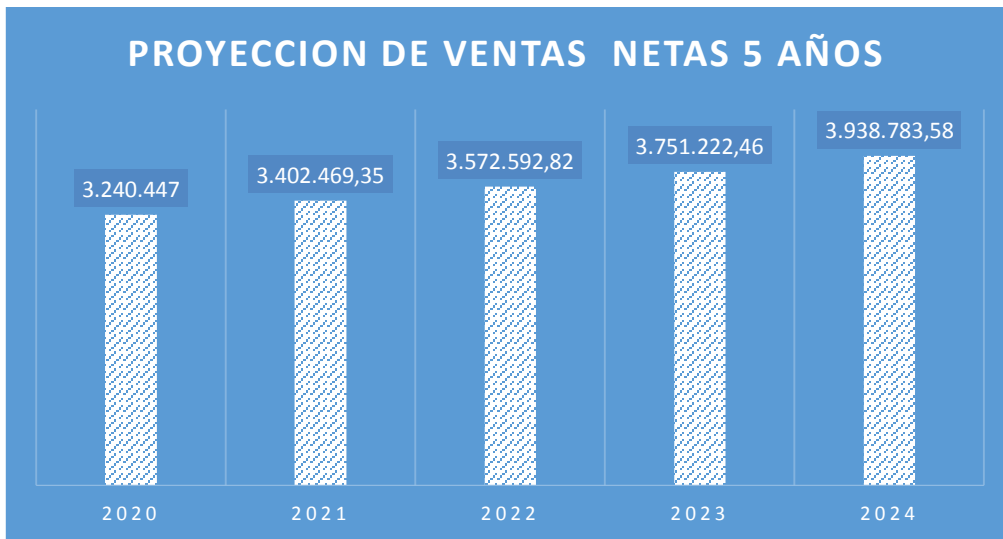
**Tabla 3 Demanda Proyectada a 5 Años**

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

| 2020      | 2021         | 2022         | 2023         | 2024         |
|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 3.240.447 | 3.402.469,35 | 3.572.592,82 | 3.751.222,46 | 3.938.783,58 |

**Gráfico 1 Demanda Proyectada a 5 Años**

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**



## 2.4 Análisis de la Rivalidad de la Industria

Tabla 4 Competencia Directa

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

| Empresas competidoras    | Nivel de Aceptacion | Tipos de cliente | Razón por la que los eligen        | Donde se comercializa | Precio  |
|--------------------------|---------------------|------------------|------------------------------------|-----------------------|---------|
|                          | A – R - P           |                  |                                    |                       |         |
| Hotel León de Oro        | -                   | Viajeros         | Desayuno                           | Miraflores            | S/. 265 |
| Hotel Villa Santa        | -                   | Viajeros         | Infraestructura                    | Miraflores            | S/. 198 |
| virreinal Hotel          | -                   | Viajeros         | Economico                          | Miraflores            | S/. 172 |
| Hotel El Tambo           | -                   | Viajeros         | Zona tranquila                     | Miraflores            | S/. 220 |
| Miraflores suites centro | -                   | Viajeros         | Servicio e infraestructura moderna | Miraflores            | S/. 322 |

### ANALISIS DE LA COMPETENCIA

- ✓ Se determina el precio en base a las tarifas de la competencia y al tema de costo.
- ✓ La tarifa se estableció acorde a la ubicación del hotel
- ✓ La tarifa se determinó por los servicios e infraestructura del hotel
- ✓ La tarifa que manejamos para los primeros 8 meses.

## 2.5 Cadena de Valor de la Industria

Se suele estructurar de la siguiente forma:

### Ilustración 1 Cadena de Valor

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA



### 2.5.1 Misión

“brindar un servicio al huésped con valor agregado de calidad garantizada, destinado a cubrir las necesidades más exigentes del mercado”.

### 2.5.2 Visión

Al 2021 “Ser un hotel líder que brinda un servicio de calidad, y ser reconocido dentro del ambiente hotelero como uno de los mejores del país”.



### 2.5.3 Valores Corporativos

- **Respeto:** Escuchamos, entendemos y valoramos al cliente y nuestro personal de trabajo, buscando confort en el ambiente personal como en el área de trabajo de nuestros colaboradores.
- **Liderazgo:** Capacitación, entrenamiento y motivación a nuestros colaboradores para que sea más fácil desarrollar su potencial, aportando ideas innovadoras que nos ayuden a mejorar mutuamente.
- **Excelencia:** Desarrollar talento y poder realizar las cosas de una manera óptima para obtener mejores resultados.

### 2.6 Análisis FODA

Es una herramienta de análisis que es importante para la toma de decisiones empresariales.

### Cuadro 4 Análisis FODA

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

| <i>FACTORES INTERNOS/<br/>FACTORES EXTERNOS</i> |  | <i>FORTALEZAS</i>   | <i>DEBILIDADES</i>  |
|---|--|---|---|
|   |  |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Somos un hotel mediano lo cual vuelve la atención más personalizada</li> <li>- Nuestra infraestructura brinda un ambiente acogedor, elegante y minimalista</li> </ul>  |
| <i>AMENAZAS</i>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Competencia de mayor categoría.</li> <li>- Competencia de Hoteles con mayor experiencia en el mercado.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aunque en el mercado existan hoteles de mayor categoría nos diferenciamos por nuestra eficiencia y pasión por el trabajo.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Al ser nuevos en el mercado proponemos la idea de ser un Hotel que tendrá una atención personalizada, así poder igualarnos o superar a los hoteles de la misma categoría y ser escogidos por los huéspedes para tomar un servicio distinto.</li> </ul> |
| <i>OPORTUNIDADES</i>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento del turismo en el país.</li> <li>- Realizar alianzas estratégicas</li> </ul>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aprovechamos en vender nuestro producto en todas las plataformas teniendo en cuenta el crecimiento del turismo y todo tipo de turistas que buscan sentirse como en casa y nosotros ofrecemos eso.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Unir fuerzas con las empresas del sector minimizamos la amenaza de que no tenemos una base de datos de huéspedes.</li> </ul>   |

## CAPITULO III. PLAN DE MARKETING

### Marketing de servicios (8) P's

Ahora la mayoría de los negocios, aunque su giro principal sea la venta de un producto, siempre tiene implícito un servicio (servicio de entrega, servicio pos venta, servicio de instalación, etc.) y existen negocios que solamente ofrecen experiencias.



### 3.1 Perfil del Consumidor

El público objetivo serán los clientes que pertenecen a la PEA, (A Y B)

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

**NIVELSE A + NIVELSE B 79.0 %**

**Ilustración 2 Nivel Socio Económico A y B (%)**

**FUENTE: APEIM**

 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, 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 Puente, 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%      |

### Ilustración 3 Nivel de Gasto e Ingreso NSE Ay B

FUENTE: 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> |

#### 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

Nuestra característica de Hotel tres estrellas es que su cifra cumple las necesidades de nuestros demandantes nacionales y extranjeros.

## ESPECIFICACIONES TECNICAS DE HABITACIONES

### Simple standard



**S/. 300**

### Doble o Matrimonial



**S/. 320**

## Habitación Ejecutiva



**S/. 415**

## Senior Suite



**S/. 460**



## ESPECIFICACIONES DEL RESTAURANTE



Contaremos con un Restaurante en el cual se servirá todas las mañanas Desayuno Buffet. Así como también con servicio de preparación de platos a la carta solo en el horario de almuerzo, dependiendo si los huéspedes desean almorzar en el Hotel.



### Tabla 5 Carta del Restaurante

FUENTE: ELABORACION PROPIA

| PLATOS A LA CARTA  | PRECIO |
|--------------------|--------|
| LOMO SALTADO       | 27     |
| POLLO A LA PLANCHA | 29     |
| CEVICHE            | 30     |
| ARROZ CON POLLO    | 25     |
| CAUSA RELLENA      | 26     |
| AJI DE GALLINA     | 28     |
| TALLARINES VERDES  | 29     |

### ESPECIFICACIONES DE BAR

#### Tabla 6 Carta del Bar

FUENTE: ELABORACION PROPIA

| TRAGOS       | PRECIO |
|--------------|--------|
| PISCO SOUR   | 21     |
| MACHU PICCHU | 20     |
| ALGARROBINA  | 19     |
| MOJITO       | 20     |

### 3.3 Estrategia Precio

Hemos pensado en la calidad que ofreceremos en el Hotel ELYZ, ya sea en el servicio e infraestructura.

Los precios de nuestro establecimiento se obtienen con la ayuda de un riguroso trabajo de campo.

## Cuadro 5 Tipos de Habitaciones

FUENTE: ELABORACION PROPIA

| TIPO DE HABITACION          | TARIFA S/. |
|-----------------------------|------------|
| <i>SIMPLE STANDARD</i>      | 300        |
| <i>DOBLE O MATRIMONIAL</i>  | 320        |
| <i>HABITACION EJECUTIVA</i> | 415        |
| <i>SENIOR SUITE</i>         | 460        |

### 3.4 Estrategia Plaza

El Hotel se enfocará en estrategias de VENTA DIRECTA e INDIRECTA, de esta manera:

#### VENTA DIRECTA:

- **Teléfono:** Sera atendido por el área de recepción que funcionará 24 horas al día, de lunes a domingos y feriados.
- **Redes sociales:** Tendremos cuentas en Facebook e Instagram. Donde diariamente haremos conocer nuestras promociones y que es lo que ofrecemos a los turistas. Así como variedad de fotos y videos de nuestro Hotel.
- **WhatsApp corporativo:** Los clientes podrán consultar información de nuestro hotel directamente.

#### VENTA INDIRECTA:

Nuestros canales de venta indirecta serán los siguientes:

- **Expedia**
- **Hoteles.com**
- **Boo King**
- **Trivago**

### **3.5 Estrategia Promoción**

#### **¿Cómo se promocionará el Hotel?**

- Televisión, Periódicos, Revistas
- Difusión en Redes Sociales
- Paneles en lugares Estratégicos
- Marketing Online.

#### **Inversión en la promoción del Negocio**

| <b>MEDIO</b>        | <b>COSTO</b>     |
|---------------------|------------------|
| TELEVISION          | 10,000           |
| REVISTAS/PERIODICOS | 3,000            |
| RADIO               | 5,000            |
| PAGINA WEB          | 2,000            |
| <b>TOTAL</b>        | <b>20,000.00</b> |

#### **VENTAJAS DEL ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE**

- Ubicación estratégica, cerca de lugares turísticos, C.C, museos, Restaurantes, Market.
- Personal profesional capacitado y evaluado constantemente para la buena atención a nuestros huéspedes.

- Al ser un Hotel mediano la atención se vuelve más personalizada haciéndolos sentir como en casa.

### **BENEFICIOS:**

- ELYZ HOTEL maneja continuamente las Redes Sociales para que nuestros posibles clientes verifiquen el contenido de nuestro establecimiento.
- Estamos atentos las 24 hrs para cualquier consulta sea para nuestros huéspedes y posibles huéspedes.
- Alarma de seguridad en todo el Hotel
- Contamos con servicio 24 hrs. (Taxi y Van)

### **SERVICIOS DE POST- VENTA:**

- En el momento del Check in entregar al huésped una ficha de información del Hotel y una encuesta de satisfacción.
- Si en la permanencia en nuestro Hotel tuvo algún tipo de inconveniente se considerará una reducción en la tarifa.
- Tener en cuenta las opiniones de los huéspedes para la mejora del Hotel.
- Estar pendiente del huésped en cualquier duda o ayuda que necesite.

### **GARANTÍA**

- Se registre previamente y se comunique en la recepción.

### 3.6 Posicionamiento de la Marca

Nos basamos en 3 estrategias de posicionamiento de marca:

- **Diferenciación de imagen:** es aquella percepción de imagen que tiene el cliente hacia nuestro establecimiento a diferencia de otros.
- **Diferenciación del producto:** es dar a publicitar y dar a conocer los beneficios del servicio que ofrece nuestro hotel.
- **Diferenciación de precio:** Este factor se utiliza frente a nuestros competidores directos e indirectos.

### 3.7 Gestión de Calidad

#### 3.7.1 Calidad Según Autores

Hoy se sabe que el investigar la calidad resulta en una baja en los costos de las empresas y una superior ventaja. E.W. Deming (1989), La calidad es "una sucesión de cuestionamiento hacia una mejora continua" (p.54).

En estos citados podemos concebir, que la gestión de la calidad es un mejoramiento de procesos en forma continua, el cual no tenga ningún tipo de carencia y/o deficiencia para la complacencia y necesidad del cliente.

#### 3.7.2 Representantes de la Calidad

- ***Joseph M. Juran***

Existen distintas definiciones de calidad, el carácter de cada una depende del espacio en que se está trabajando. Actualmente se sabe que el descubrir la calidad resulta en una baja en los costos de las empresas y una superior ventaja.

E.W. Deming (1989), "Una continuación del cuestionamiento hacia una mejora continua" (p.54).

En estos citados podemos imaginar, que la calidad es un mejoramiento continuo de la gestión del producto el cual no tenga ningún tipo de escasez y/o deficiencia para la satisfacción y necesidad del cliente.

Trilogía de Juran:

- a. Planeación de la calidad
- b. Control de la calidad
- c. Mejoramiento de la calidad

- **Edward Deming**



- Philip B. Crosby

## APORTES



Philip Crosby ha publicado más de diez libros en su carrera, el primero (best seller) fue "Quality is Free" o "La Calidad No Cuesta". Otros libros importantes han sido "The absolutes of Leadership" o "Los Absolutos de la Calidad".

- Un resumen de su obra puede ser el siguiente:

"Su lema mejor conocido es la exhortación a lograr cero defectos".

"La calidad empieza en la gente no en las cosas"

17

## Kaoru Ishikawa

### APORTACIONES

- Fue el primero que utilizó el término Control Total de Calidad (CTC).
- Desarrolló las "siete herramientas", que pensó que cualquier trabajador podría utilizar.
- **La herramienta de más alcance que diseñó fue la de los círculos de calidad.**
- Diseñó el *diagrama de pescado o de Ishikawa*, diagrama de causa-efecto, utilizado para identificar las posibles causas de un problema.

## La Gestión de la Calidad Total.

Gestión de la Calidad Total (TQM) es un énfasis en la calidad que compromete a toda la organización, desde los proveedores hasta los clientes.

TQM acentúa el compromiso de la Dirección en conducir a toda la organización hacia la excelencia en todos los productos o servicios importantes para los consumidores.

Conceptos para que la Gestión de la Calidad Total sea efectiva:

- ↳ Mejora continua
- ↳ Participación de los trabajadores
- ↳ Benchmarking
- ↳ Just In Time
- ↳ Herramientas de gestión



### 3.7.3 Sistemas de Gestión de la Calidad



### 3.7.4 Herramientas de Calidad

| Siete herramientas básicas de calidad |                     |   |                      |              |                      |                                    |
|---------------------------------------|---------------------|---|----------------------|--------------|----------------------|------------------------------------|
| Diagramas Causa-Efecto.               | Diagramas de Flujo. | Matriz de Verificación de Comportamiento. | Diagramas de Pareto. | Histogramas. | Gráficos de Control. | Diagramas de Dispersión (X vs. Y). |

Al ser nuestro trabajo de investigación un plan de negocio y no una implementación de este, se considera en términos generales el termino de gestión de calidad y en forma operativa el manual de buenas prácticas (BPM),

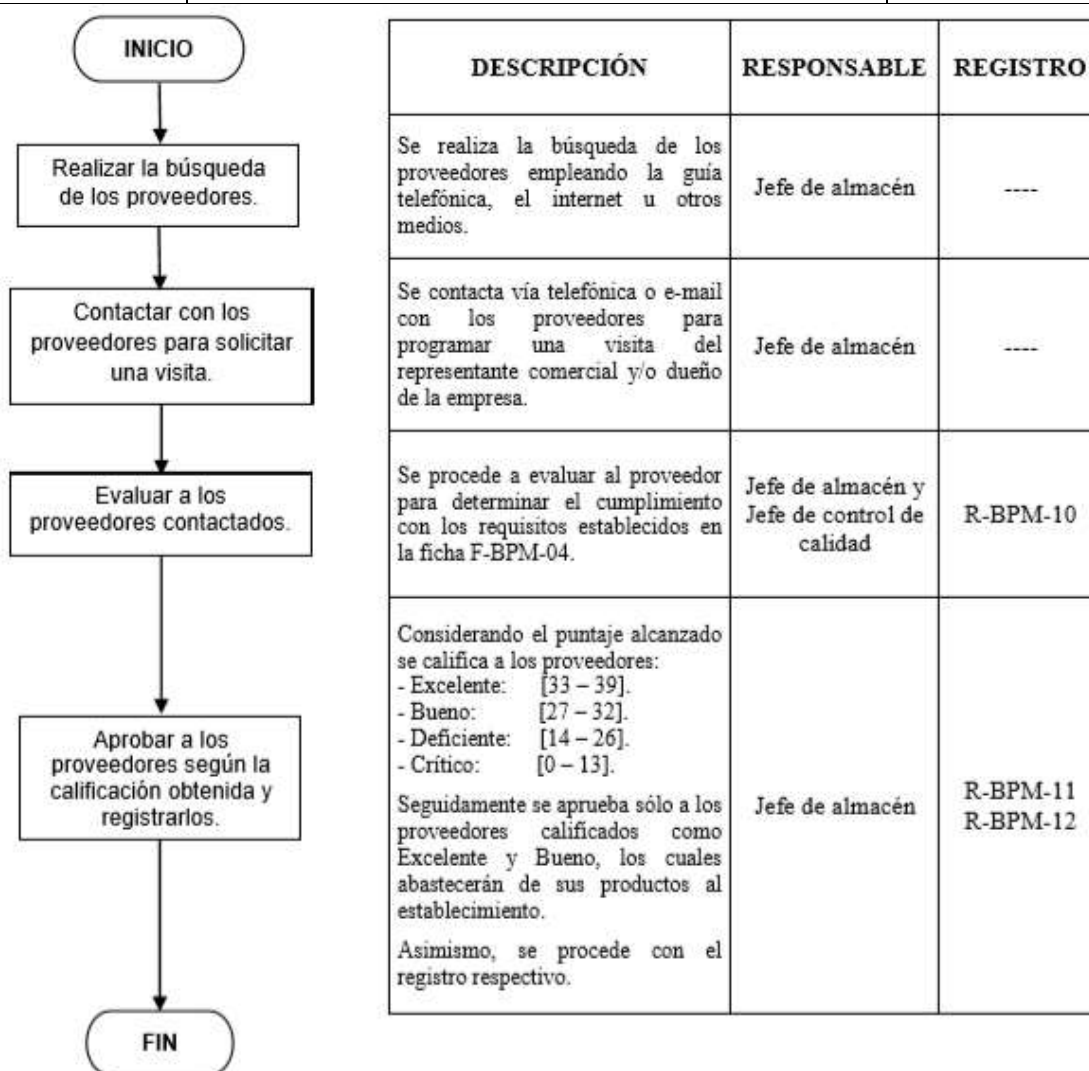
con sus respectivos requerimientos y operatividad en cada área del plan de negocio (hospedaje, restaurante y otros).

### 3.7.5 NORMAS ISO 9000



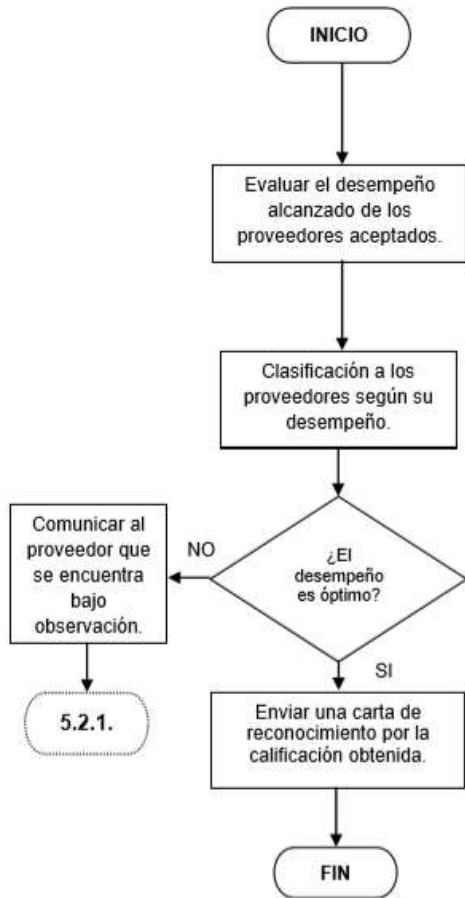
### 3.7.6 Manual de Buenas Prácticas de Manufactura

|  |                    |                     |
|--|--------------------|---------------------|
|  |                    |                     |
|  | <b>PROVEEDORES</b> | <b>Revisión: 01</b> |
|  |                    | <b>Fecha: 2020</b>  |



|   |                             |                               |
|---|-----------------------------|-------------------------------|
| Elaborado por: Jefe de Control de Calidad | Revisado por: Administrador | Aprobado por: Gerente General |
|---|-----------------------------|-------------------------------|

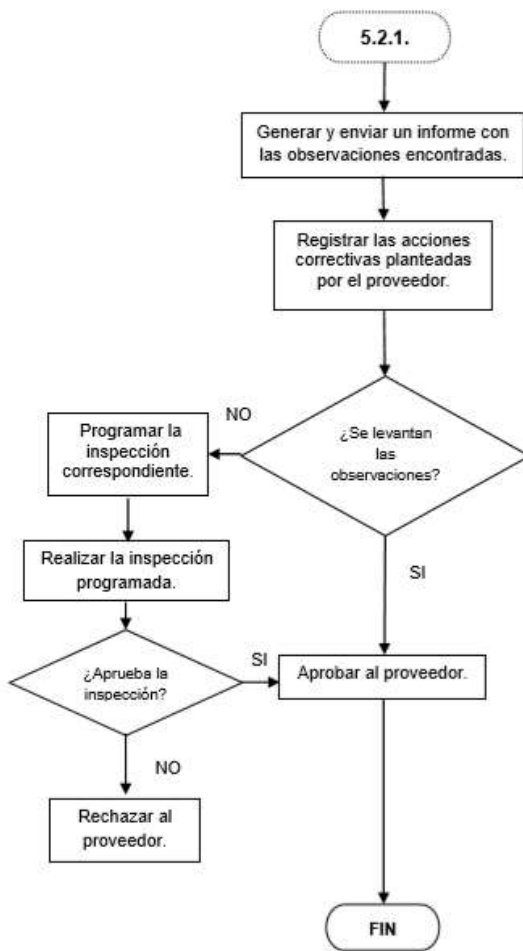
|  |                    |                     |
|--|--------------------|---------------------|
|  |                    |                     |
|  | <b>PROVEEDORES</b> | <b>Revisión: 01</b> |
|  |                    | <b>Fecha: 2020</b>  |



| DESCRIPCIÓN  | RESPONSABLE                                  | REGISTRO |
|--|--|----------|
| Se evalúa a los proveedores según los criterios de la ficha F-BPM-05. Además, se tiene en cuenta las incidencias reportadas en R-BPM-08. Estas actividades se realizan considerando la frecuencia de evaluación de los proveedores.  | Jefe de almacén y Jefe de control de calidad | R-BPM-13 |
| Según el puntaje alcanzado se califica su desempeño:<br>-Muy Bueno: [33 – 39].<br>-Bueno: [27 – 32].<br>-Regular: [14 – 26].<br>-Deficiente: [0 – 13].   | Jefe de almacén y Jefe de control de calidad | R-BPM-14 |
| Los proveedores que alcanzan un desempeño óptimo (calificaciones: Muy bueno y Bueno) se les envía una carta con el reconocimiento pertinente. En caso que el desempeño alcanzado sea regular o deficiente, se comunica a los proveedores respectivos que se encuentran en un periodo de observación. | Jefe de almacén y Jefe de control de calidad | R-BPM-15 |

|   |                             |                               |
|---|-----------------------------|-------------------------------|
| Elaborado por: Jefe de Control de Calidad | Revisado por: Administrador | Aprobado por: Gerente General |
|---|-----------------------------|-------------------------------|

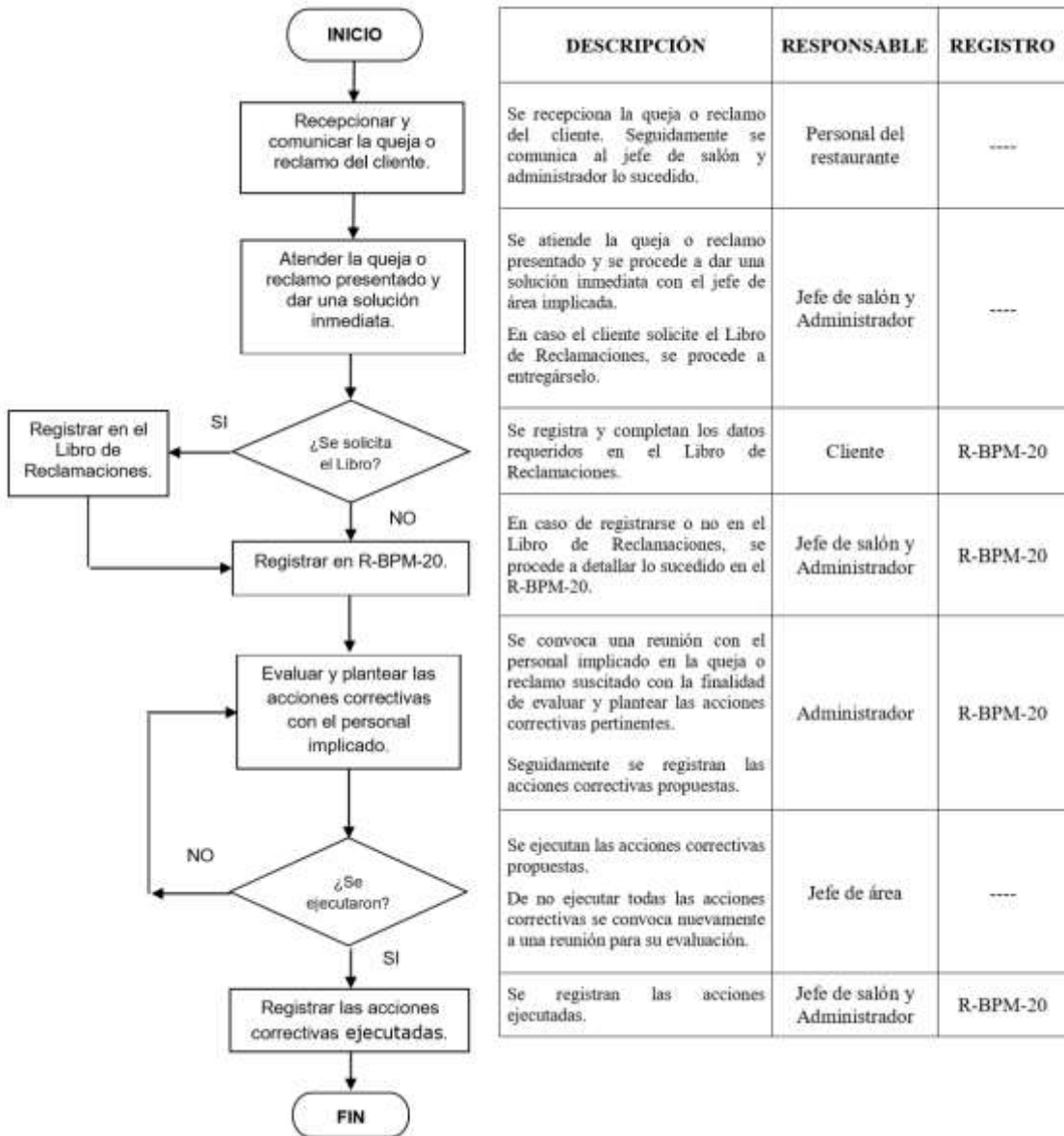
|  |                    |                     |
|--|--------------------|---------------------|
|  |                    |                     |
|  | <b>PROVEEDORES</b> | <b>Revisión: 01</b> |
|  |                    | <b>Fecha: 2020</b>  |



| DESCRIPCIÓN  | RESPONSABLE                | REGISTRO             |
|--|----------------------------|----------------------|
| Se genera y envía al proveedor un informe con las observaciones encontradas, en el que se estipula el plazo para el levantamiento de las mismas.   | Jefe de control de calidad | R-BPM-15             |
| Se registran las acciones correctivas que el proveedor implementará en respuesta al informe enviado.   | Jefe de control de calidad | R-BPM-15             |
| Una vez culminado el plazo estipulado se verifica el levantamiento de las observaciones. Seguidamente se registra la aprobación.<br>En caso de no levantarse las observaciones en su totalidad, se procede a programar una inspección al proveedor.<br>Se inspecciona a dicho proveedor en la fecha y hora acordada. | Jefe de control de calidad | R-BPM-15             |
| Si se aprueba la inspección realizada, se registra su aprobación.  | Jefe de control de calidad | R-BPM-15             |
| En caso de no aprobar la inspección realizada, se deja de trabajar con dicho proveedor.<br>Asimismo, se procede con el registro R-BPM-12.  | Jefe de control de calidad | R-BPM-15<br>R-BPM-12 |

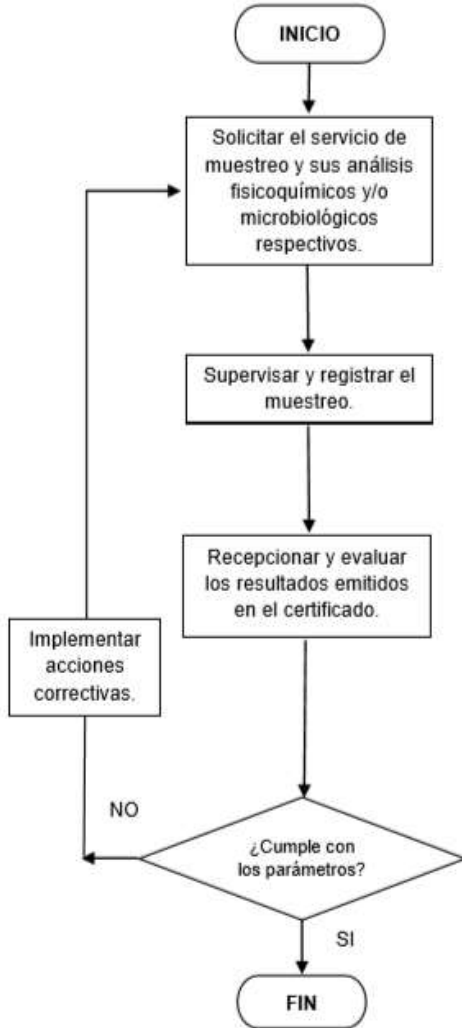
|   |                             |                               |
|---|-----------------------------|-------------------------------|
| Elaborado por: Jefe de Control de Calidad | Revisado por: Administrador | Aprobado por: Gerente General |
|---|-----------------------------|-------------------------------|

|  |                 |                     |
|--|-----------------|---------------------|
|  | <b>CLIENTES</b> | <b>Revisión: 01</b> |
|  |                 | <b>Fecha: 2020</b>  |



|   |                             |                               |
|---|-----------------------------|-------------------------------|
| Elaborado por: Jefe de Control de Calidad | Revisado por: Administrador | Aprobado por: Gerente General |
|---|-----------------------------|-------------------------------|

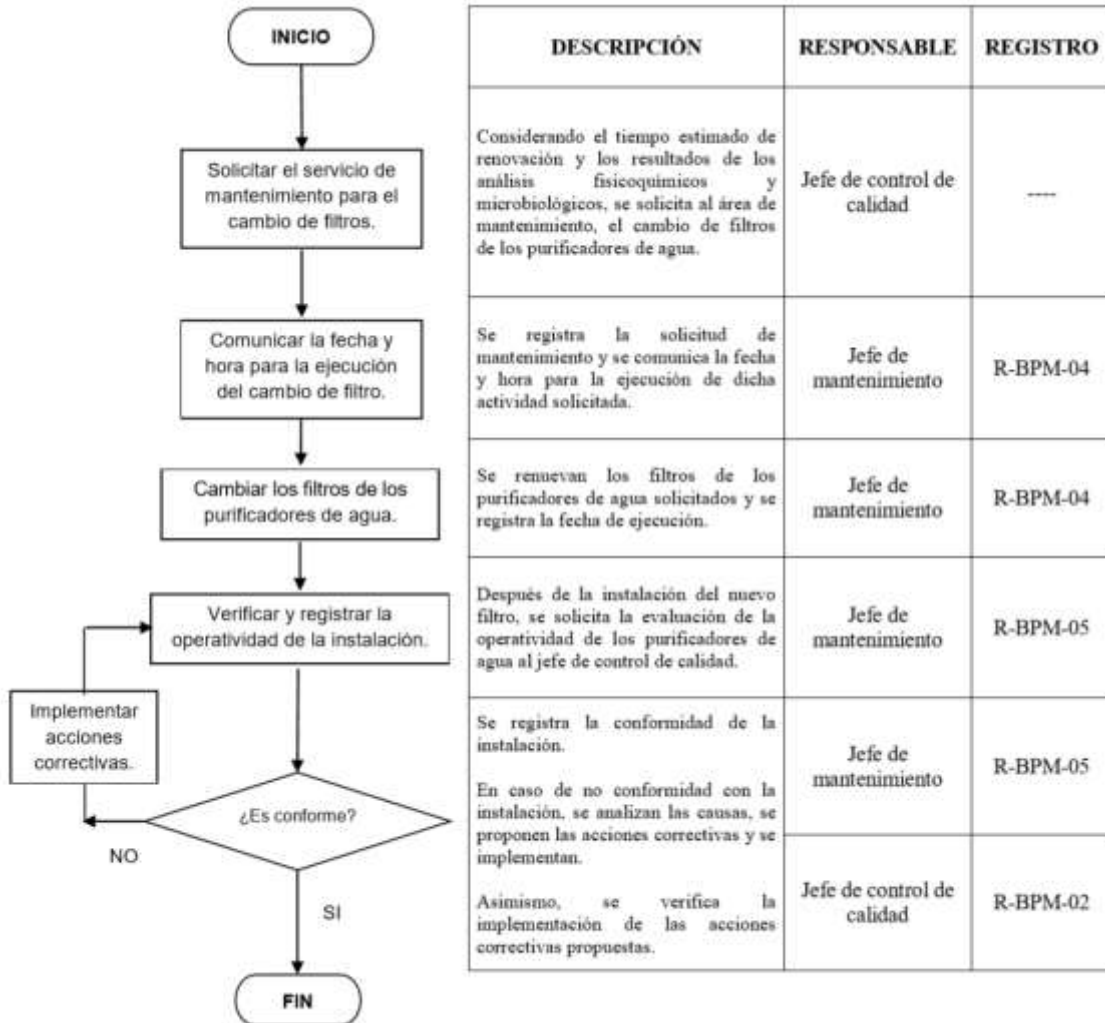
|  |                       |                     |
|--|-----------------------|---------------------|
|  | <b>SANIDAD - AGUA</b> | <b>Revisión: 01</b> |
|  |                       | <b>Fecha: 2020</b>  |



| DESCRIPCIÓN   | RESPONSABLE                | REGISTRO |
|---|----------------------------|----------|
| Teniendo en cuenta el programa PRO-BPM-01, se contacta con un laboratorio acreditado mediante un correo electrónico y/o llamada telefónica para definir la fecha y hora de la visita de su personal al establecimiento.               | Jefe de control de calidad | ---      |
| Se recibe al personal, se le dirige a los puntos de muestreo y se supervisa dicha actividad.<br>Se registran los datos del muestreo.  | Jefe de control de calidad | R-BPM-01 |
| Se recepciona el certificado y se comparan los resultados obtenidos con los límites máximos permisibles establecidos en la normativa vigente reportados en el R-BPM-01.<br>Seguidamente se registra la conformidad de los resultados. | Jefe de control de calidad | R-BPM-01 |
| En caso de no cumplir con los parámetros, se analizan las causas, se proponen las acciones correctivas y se implementan.<br>Asimismo, se verifica la implementación de las acciones correctivas propuestas.                           | Jefe de control de calidad | R-BPM-01 |

|   |                             |                               |
|---|-----------------------------|-------------------------------|
| Elaborado por: Jefe de Control de Calidad | Revisado por: Administrador | Aprobado por: Gerente General |
|---|-----------------------------|-------------------------------|

|  |                      |                     |
|--|----------------------|---------------------|
|  | <b>SANIDAD- AGUA</b> | <b>Revisión: 01</b> |
|  |                      | <b>Fecha: 2020</b>  |



| DESCRIPCIÓN   | RESPONSABLE                | REGISTRO |
|---|----------------------------|----------|
| Considerando el tiempo estimado de renovación y los resultados de los análisis físicoquímicos y microbiológicos, se solicita al área de mantenimiento, el cambio de filtros de los purificadores de agua. | Jefe de control de calidad | ----     |
| Se registra la solicitud de mantenimiento y se comunica la fecha y hora para la ejecución de dicha actividad solicitada.  | Jefe de mantenimiento      | R-BPM-04 |
| Se renuevan los filtros de los purificadores de agua solicitados y se registra la fecha de ejecución.   | Jefe de mantenimiento      | R-BPM-04 |
| Después de la instalación del nuevo filtro, se solicita la evaluación de la operatividad de los purificadores de agua al jefe de control de calidad.  | Jefe de mantenimiento      | R-BPM-05 |
| Se registra la conformidad de la instalación.   | Jefe de mantenimiento      | R-BPM-05 |
| En caso de no conformidad con la instalación, se analizan las causas, se proponen las acciones correctivas y se implementan.  | Jefe de mantenimiento      | R-BPM-05 |
| Asimismo, se verifica la implementación de las acciones correctivas propuestas.   | Jefe de control de calidad | R-BPM-02 |

|   |                             |                               |
|---|-----------------------------|-------------------------------|
| Elaborado por: Jefe de Control de Calidad | Revisado por: Administrador | Aprobado por: Gerente General |
|---|-----------------------------|-------------------------------|



## 4 PLAN DE OPERACIONES

### 4.7 Requerimientos para la Producción

#### 4.7.3 Maquinarias y Equipos

#### Cuadro 6 Maquinarias y Equipos

FUENTE: ELABORACION PROPIA

| MAQUINARIAS Y EQUIPOS |          |              |                       |
|-----------------------|----------|--------------|-----------------------|
| OBJETO                | CANTIDAD | C/UNITARIO   | COSTO TOTAL           |
| COCINA                | 1        | S/. 1.500,00 | S/. 1.500,00          |
| CAMPANA EXTRACTORA    | 1        | S/. 230,00   | S/. 230,00            |
| REFRIGERADORA         | 1        | S/. 1.100,00 | S/. 1.100,00          |
| LICUADORA             | 2        | S/. 80,00    | S/. 160,00            |
| MICROONDAS            | 11       | S/. 250,00   | S/. 2.750,00          |
| CAFETERA              | 11       | S/. 79,00    | S/. 869,00            |
| HERVIDOR DE AGUA      | 1        | S/. 79,00    | S/. 79,00             |
| TOSTADORA             | 1        | S/. 60,00    | S/. 60,00             |
| SECADORA (CABELLO)    | 40       | S/. 60,00    | S/. 2.400,00          |
| TELEFONO 49           | 41       | S/. 70,00    | S/. 2.870,00          |
| TELEVISORES 49        | 45       | S/. 1.099,00 | S/. 49.455,00         |
| SAFE BOX              | 40       | S/. 200,00   | S/. 8.000,00          |
| FRIGOBAR              | 20       | S/. 499,00   | S/. 9.980,00          |
| THERMAS               | 40       | S/. 499,00   | S/. 19.960,00         |
| AIRE ACONDICIONADO    | 40       | S/. 999,00   | S/. 39.960,00         |
| TANQUE DE AGUA        | 1        | S/. 900,00   | S/. 900,00            |
| JACUZZI               | 1        | S/. 580,00   | S/. 580,00            |
| COMPUTADORA           | 1        | S/. 1.300,00 | S/. 1.300,00          |
| IMPRESORA             | 1        | S/. 800,00   | S/. 800,00            |
| PLANCHA               | 2        | S/. 60,00    | S/. 120,00            |
| PLANCHADOR            | 2        | S/. 40,00    | S/. 80,00             |
| DETECTOR DE HUMO      | 3        | S/. 69,00    | S/. 207,00            |
| LUCES DE EMERGENCIA   | 4        | S/. 50,00    | S/. 200,00            |
| TOTAL                 |          |              | <b>S/. 143.560,00</b> |

#### 4.7.4 Materiales y/o Materias Primas

**Cuadro 7 Materiales y/o Materias Primas**

**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

| MATERIALES   | TOTAL, X MES        |
|--|---------------------|
| <b>Artículos descartables:</b> Bolsas plásticas, bolsas de papel, papel film, cubiertos, servilletas                   | S/. 1.736,00        |
| <b>Artículos de limpieza:</b> detergente, aromatizadores, saca grasa, lavavajilla, lejía, ácido muriático, escobillas, | S/. 5.000,00        |
| <b>TOTAL</b>   | <b>S/. 6.736,00</b> |

| MATERIA PRIMA   | TOTAL, X MES        |
|---|---------------------|
| <b>Carnes y embutidos:</b> carne, pollo, jamón, queso, jamonada, hot dog, salchicha, pescado, chorizo   | S/. 3.000,00        |
| <b>Harinas:</b> pan surtido, pan de molde, pan integral, tallarines, galletas,  | S/. 500,00          |
| <b>Lácteos:</b> yogurt, leche fresca, queso, huevos,  | S/. 700,00          |
| <b>Frutas y Verduras:</b> alverjita, papa, zanahoria, tomate, perejil, cebolla, limones, lechuga, choclo, apio, culantro, pepino, ajo, piña, sandía, melón, naranja, papaya, uvas, mandarina, plátano, kiwi | S/. 900,00          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>S/. 5.100,00</b> |

|                       |                      |
|-----------------------|----------------------|
| <b>TOTAL, INSUMOS</b> | <b>S/. 11.836,00</b> |
|-----------------------|----------------------|

#### 4.7.5 Herramientas y Utensilios

### Cuadro 8 Herramientas y Utensilios

FUENTE: ELABORACION PROPIA

| HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS |          |            |                     |
|---------------------------|----------|------------|---------------------|
| OBJETO                    | CANTIDAD | C/UNITARIO | COSTO TOTAL         |
| JGO OLLAS                 | 2        | S/. 450,00 | S/. 900,00          |
| SARTENES                  | 3        | S/. 69,00  | S/. 207,00          |
| JGO VASOS- DOC            | 3        | S/. 20,00  | S/. 60,00           |
| PLATOS- DOC               | 3        | S/. 25,00  | S/. 75,00           |
| TENEDORES -DOC            | 3        | S/. 18,00  | S/. 54,00           |
| CUCHARAS- DOC             | 3        | S/. 18,00  | S/. 54,00           |
| TENEDORES- DOC            | 3        | S/. 18,00  | S/. 54,00           |
| CUCHARITAS -DOC           | 2        | S/. 18,00  | S/. 36,00           |
| COPAS -DOC                | 2        | S/. 24,00  | S/. 48,00           |
| CUCHILLO COCINA           | 3        | S/. 30,00  | S/. 90,00           |
| JARRAS                    | 6        | S/. 8,50   | S/. 51,00           |
| JGO DE TE- DOC            | 2        | S/. 30,00  | S/. 60,00           |
| CUCHARONES                | 3        | S/. 15,00  | S/. 45,00           |
| EXPRIMIDOR                | 3        | S/. 5,00   | S/. 15,00           |
| COLADOR                   | 2        | S/. 2,50   | S/. 5,00            |
| TABLA DE PICAR            | 3        | S/. 6,00   | S/. 18,00           |
| PRENSA PAPA               | 1        | S/. 12,00  | S/. 12,00           |
| BANDEJAS                  | 6        | S/. 10,00  | S/. 60,00           |
| PINZAS                    | 6        | S/. 2,00   | S/. 12,00           |
| PANERAS                   | 3        | S/. 5,00   | S/. 15,00           |
| BOLWS-DOC                 | 2        | S/. 15,00  | S/. 30,00           |
| ESCOBAS                   | 2        | S/. 6,00   | S/. 12,00           |
| RECOGEDORES               | 2        | S/. 7,00   | S/. 14,00           |
| TRAPEADORES               | 2        | S/. 8,00   | S/. 16,00           |
| COLAGADORES DE ROPA       | 100      | S/. 3,00   | S/. 300,00          |
| GUANTES                   | 3        | S/. 3,00   | S/. 9,00            |
| ESPONJAS                  | 3        | S/. 1,00   | S/. 3,00            |
| SHAKER                    | 3        | S/. 10,00  | S/. 30,00           |
| ONZERA                    | 3        | S/. 5,00   | S/. 15,00           |
| TOTAL                     |          |            | <b>S/. 2.300,00</b> |

#### 4.7.6 Muebles y Enseres

**Cuadro 9 Muebles y Enseres**

**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

| MUEBLES Y ENSERES             |          |              |                       |
|-------------------------------|----------|--------------|-----------------------|
| OBJETO                        | CANTIDAD | C/UNITARIO   | COSTO TOTAL           |
| JGO DE COMEDOR                | 15       | S/. 700,00   | S/. 10.500,00         |
| ESCRITORIO DE TRABAJO         | 40       | S/. 650,00   | S/. 26.000,00         |
| MESA DE NOCHE                 | 45       | S/. 100,00   | S/. 4.500,00          |
| TARIMA TWIN                   | 20       | S/. 300,00   | S/. 6.000,00          |
| TARIMA QUEEN                  | 10       | S/. 500,00   | S/. 5.000,00          |
| TARIMA KING                   | 10       | S/. 500,00   | S/. 5.000,00          |
| COLCHON TWIN                  | 20       | S/. 900,00   | S/. 18.000,00         |
| COLCHON QUEEN                 | 10       | S/. 950,00   | S/. 9.500,00          |
| COLCHON KING                  | 10       | S/. 980,00   | S/. 9.800,00          |
| PROTECTOR DE COLCHON          | 40       | S/. 80,00    | S/. 3.200,00          |
| LAMPARAS                      | 40       | S/. 85,00    | S/. 3.400,00          |
| SABANAS (Bajeras y encimeras) | 80       | S/. 40,00    | S/. 3.200,00          |
| DUBET                         | 45       | S/. 100,00   | S/. 4.500,00          |
| ESPEJOS                       | 40       | S/. 59,00    | S/. 2.360,00          |
| TOLLAS DE MANO                | 80       | S/. 15,00    | S/. 1.200,00          |
| TOALLAS DE CUERPO             | 80       | S/. 25,00    | S/. 2.000,00          |
| TOALLAS DE PISO               | 80       | S/. 20,00    | S/. 1.600,00          |
| CORTINAS                      | 40       | S/. 35,00    | S/. 1.400,00          |
| JABONERAS                     | 40       | S/. 8,50     | S/. 340,00            |
| VASOS PARA LAVATORIO          | 40       | S/. 4,90     | S/. 196,00            |
| LAVATORIOS                    | 43       | S/. 390,00   | S/. 16.770,00         |
| INODORO                       | 45       | S/. 99,00    | S/. 4.455,00          |
| CENICEROS                     | 5        | S/. 8,00     | S/. 40,00             |
| TACHO DE BASURA               | 41       | S/. 20,00    | S/. 820,00            |
| RELOJ DE PARDED               | 2        | S/. 18,00    | S/. 36,00             |
| ESCRITORIO OFICINA            | 1        | S/. 999,00   | S/. 999,00            |
| JGO DE SOFA                   | 1        | S/. 1.500,00 | S/. 1.500,00          |
| MESA DE CENTRO                | 2        | S/. 55,00    | S/. 110,00            |
| ALMOHADAS                     | 80       | S/. 35,00    | S/. 2.800,00          |
| <b>TOTAL</b>                  |          |              | <b>S/. 145.226,00</b> |

#### 4.7.7 Listado de los Posibles Proveedores

En las empresas hoteleras depende bastante de la calidad de los productos ofrecidos, los proveedores son parte fundamental del desarrollo de la empresa y se debe contar con aquellos que cumplan debidamente con los estándares de calidad requeridos por la empresa, es por ello que debe existir el factor de confiabilidad. De acuerdo con nuestro criterio hemos seleccionado las más optimas y serán los siguientes:





← Ver todos los resultados

**Jabon para Hoteles Peru | FloralCorp.**  
**Proveedor Hotelero**

Calle Alcanfores 427, Miraflores 15074 • 966 333 302



baño

TEJIDOS  
**San Jacinto S.A**

**NEW** PRODUCTO  
 NUEVO



**sapelli**  
 mobiliario

PRODUCTOS PROYECTOS EMPRESA CONTACTO

f WhatsApp

← SALUD

NEGOCIOS

**Hoteles y Gastronomía**

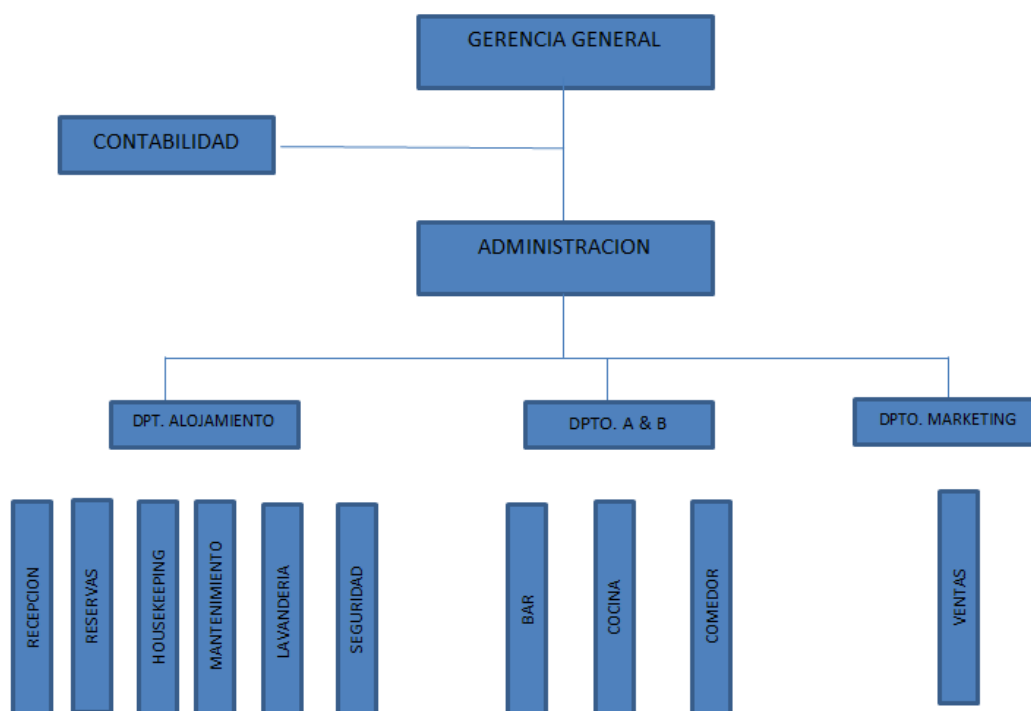
Alta calidad y diseño personalizado para cada proyecto de amueblamiento

f LINK TWITTER POK IT

#### 4.7.8 Estructura Orgánica Funcional

Ilustración 4 Estructura Orgánica

FUENTE: ELABORACION PROPIA



## Cuadro 10 Planilla

**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

| PERSONAL                    | CANT.     | SUELDO MENSUAL       | SUELDO TOTAL         | SUELDO X 3 MESES      |
|-----------------------------|-----------|----------------------|----------------------|-----------------------|
| Gerente G.                  | 1         | S/. 3.500,00         | S/. 3.500,00         | S/. 10.500,00         |
| Administrador               | 1         | S/. 2.700,00         | S/. 2.700,00         | S/. 8.100,00          |
| Contador                    | 1         | S/. 1.500,00         | S/. 1.500,00         | S/. 4.500,00          |
| Jefe de Calidad / Marketing | 1         | S/. 2.000,00         | S/. 2.000,00         | S/. 6.000,00          |
| Jefe de Recepción           | 1         | S/. 1.500,00         | S/. 1.500,00         | S/. 4.500,00          |
| Jefe de Almacén             | 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         |
| Ama de Llaves               | 1         | S/. 1.100,00         | S/. 1.100,00         | S/. 3.300,00          |
| Camareras                   | 4         | S/. 1.000,00         | S/. 4.000,00         | S/. 12.000,00         |
| Chef                        | 1         | S/. 1.200,00         | S/. 1.200,00         | S/. 3.600,00          |
| Ayudante de cocina          | 2         | S/. 1.000,00         | S/. 2.000,00         | S/. 6.000,00          |
| Azafata                     | 2         | S/. 930,00           | S/. 1.860,00         | S/. 5.580,00          |
| Botones                     | 3         | S/. 1.000,00         | S/. 3.000,00         | S/. 9.000,00          |
| Mantenimiento               | 2         | S/. 1.000,00         | S/. 2.000,00         | S/. 6.000,00          |
| Lavandería                  | 3         | S/. 1.000,00         | S/. 3.000,00         | S/. 9.000,00          |
| Ventas                      | 1         | S/. 1.200,00         | S/. 1.200,00         | S/. 3.600,00          |
| Seguridad                   | 1         | S/. 1.200,00         | S/. 1.200,00         | S/. 3.600,00          |
| <b>TOTAL</b>                | <b>30</b> | <b>S/. 23.030,00</b> | <b>S/. 37.760,00</b> | <b>S/. 113.280,00</b> |



## 4.8 Localización

La ubicación del Hotel será Av. Armendáriz 220 Distrito de Miraflores.

### Ilustración 5 Ubicación

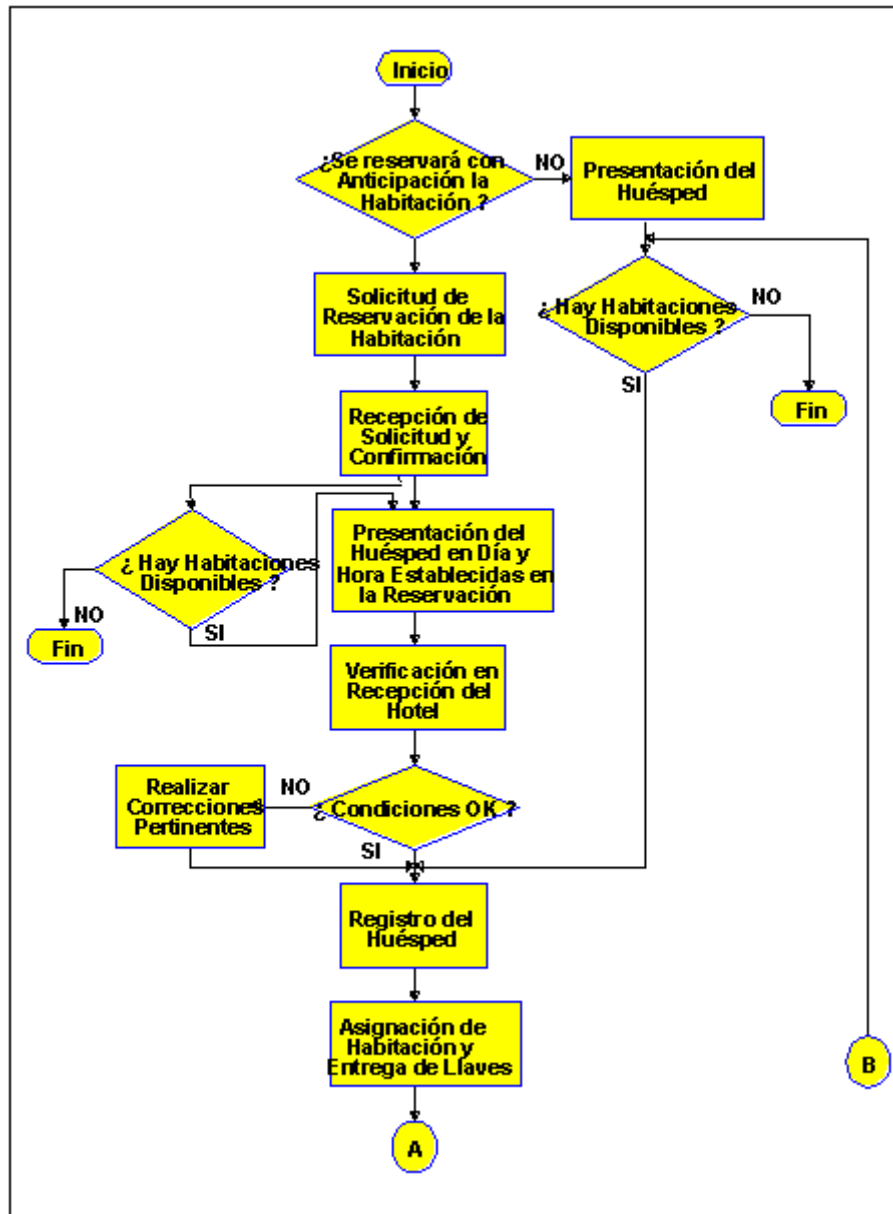


Fuente: Elaboración propia

## 4.9 Flujo de Proceso Operativo

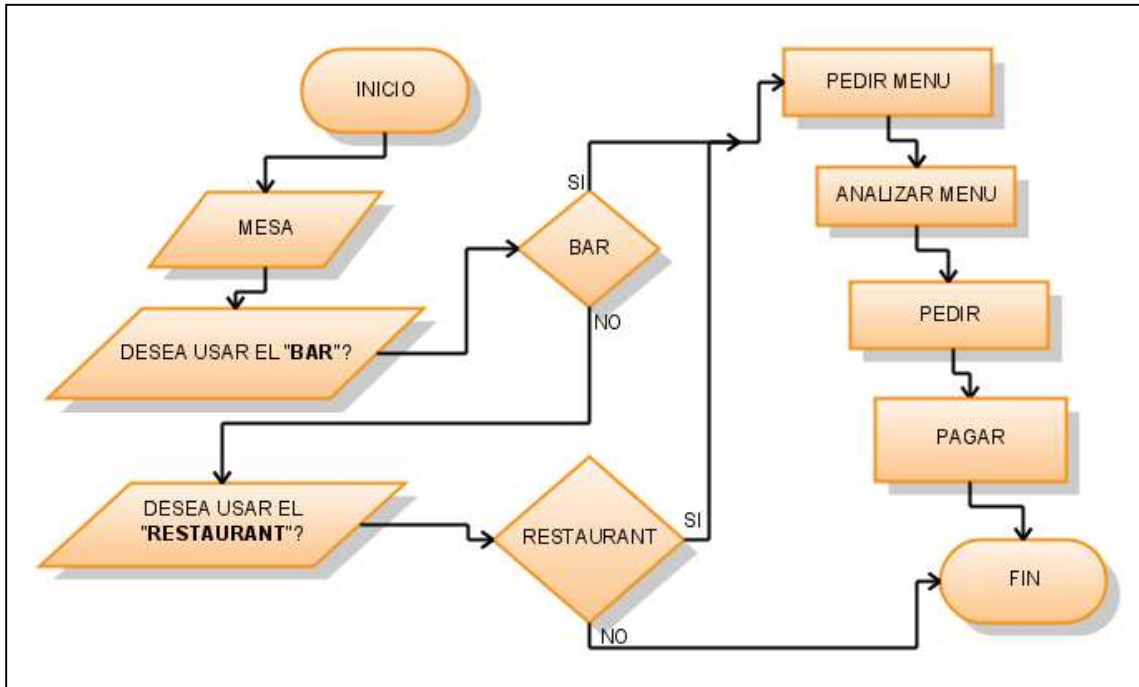
Ilustración 6 Flujograma de Servicio de Recepción

FUENTE: ELABORACION PROPIA



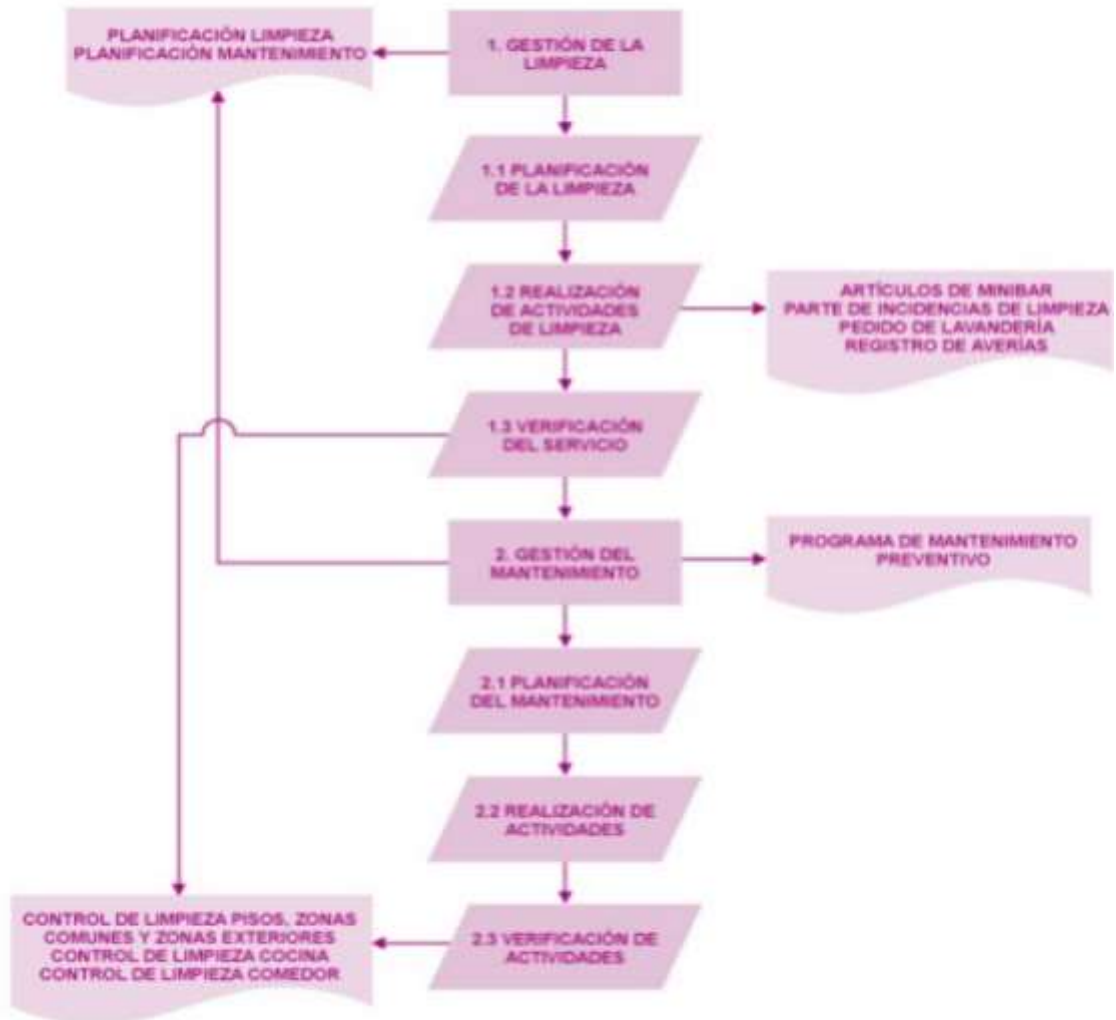
## Ilustración 7 Flujo de Servicio en el Restaurante

FUENTE: ELABORACION PROPIA



## Ilustración 8 Flujograma de la Camarera

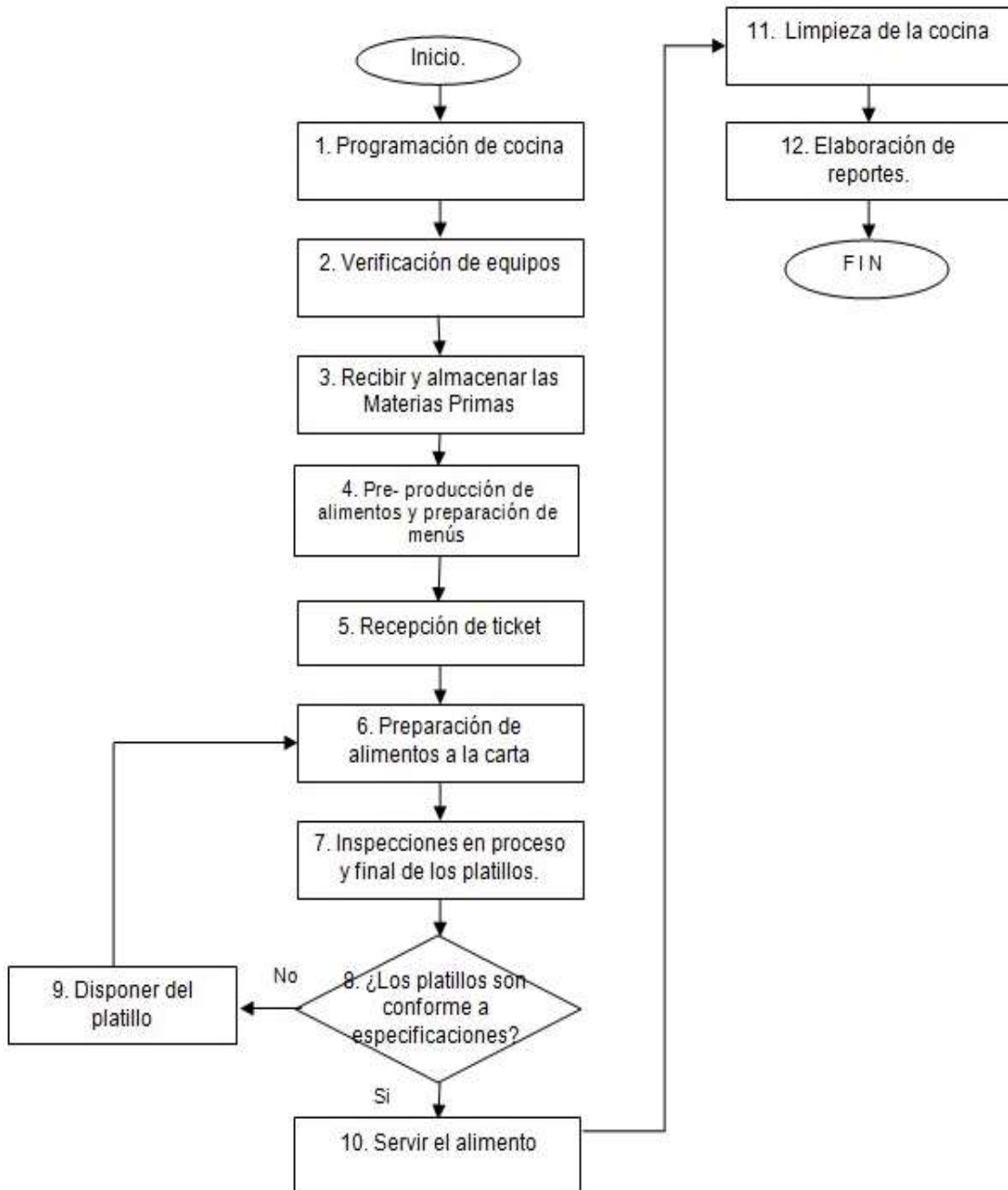
FUENTE: ELABORACION PROPIA



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

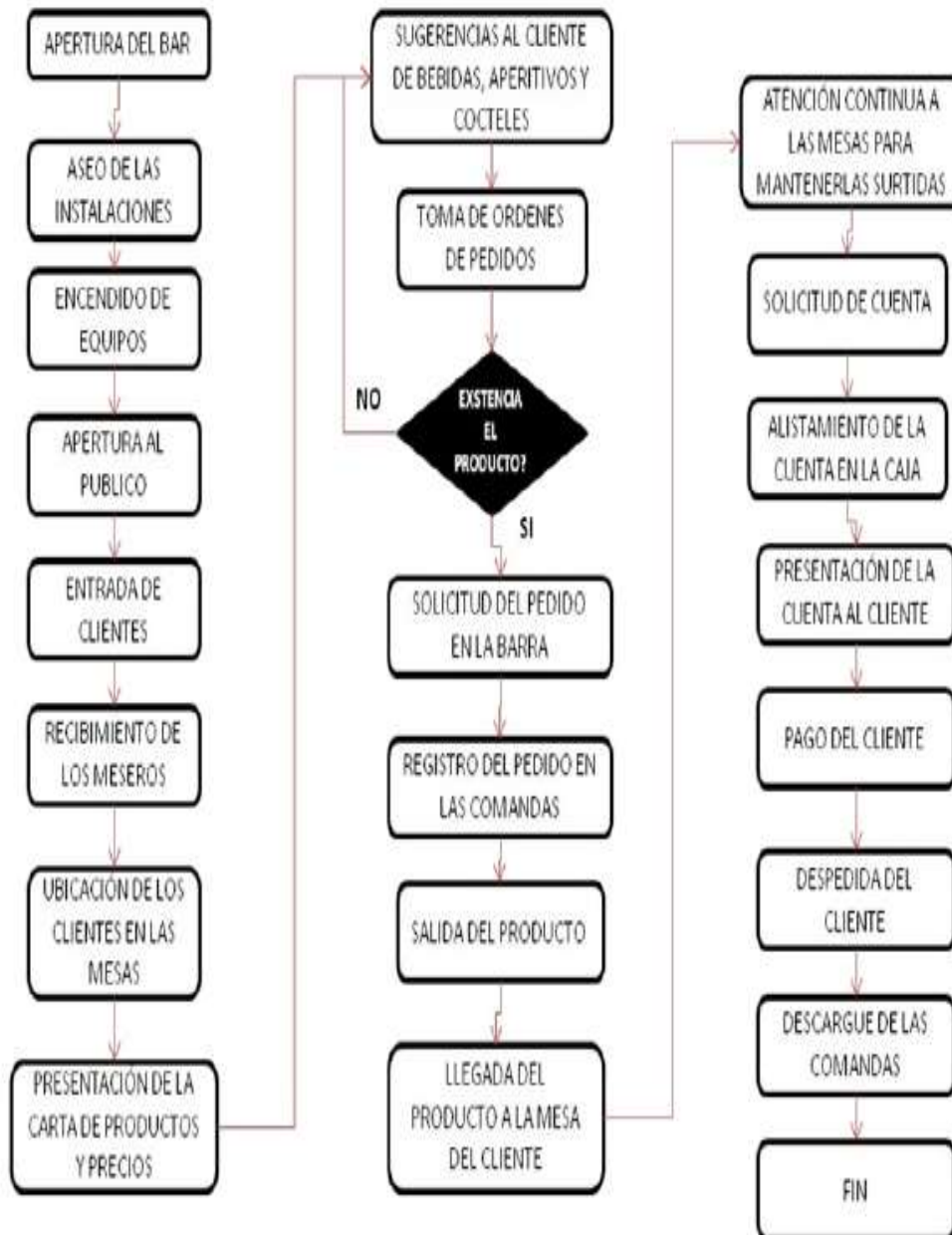
Ilustración 9 Flujograma de la Cocina

FUENTE: ELABORACION PROPIA



## Ilustración 10 Flujoograma del Bar

FUENTE: ELABORACION PROPIA



## 5 CAPITULO V. PLAN FINANCIERO

### 5.1 Supuestos

Sin la constancia de estas condiciones el plan de negocio puede fracasar.

- a) Valorar desde el diseño los riesgos externos.
- b) Garantiza viabilidad y factibilidad del proyecto.
- c) Facilita la evaluación.

**Un buen proyecto depende de:**

Asignar recursos y la habilidad de situarlos en la institucionalidad del país.

### 5.2 Proyección de Ventas

**Tabla 7 Proyección de Ventas en Unidades**

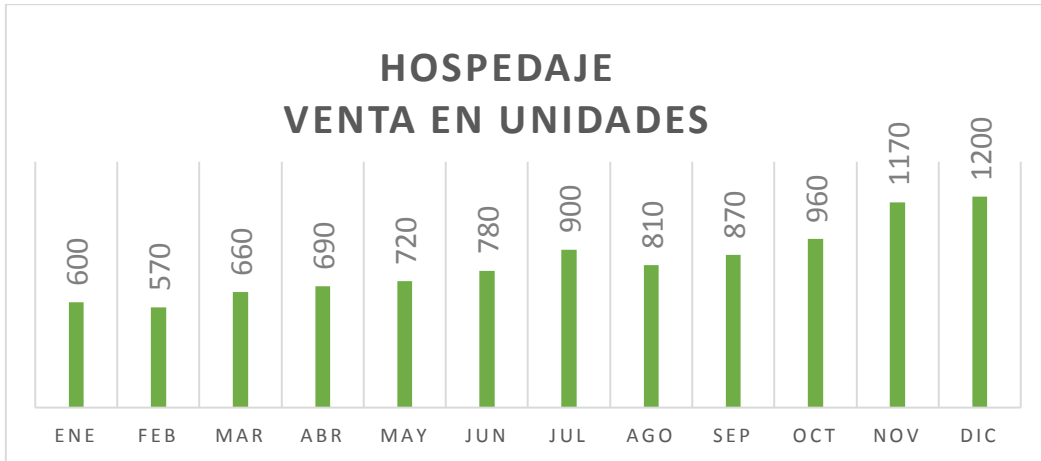
**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

| PERIODO |             |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |       |
|---------|-------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| PROD.   | PREC. PROD. | ENE  | FEB  | MAR  | ABR  | MAY  | JUN  | JUL  | AGO  | SEP  | OCT  | NOV  | DIC  | TOTAL |
| HOSP.   | 300         | 600  | 570  | 660  | 690  | 720  | 780  | 900  | 810  | 870  | 960  | 1170 | 1200 | 9930  |
| BAR     | 29          | 1200 | 1260 | 1320 | 1050 | 1140 | 1290 | 1380 | 1500 | 1800 | 2100 | 2400 | 2850 | 19290 |
| REST.   | 40          | 2100 | 2400 | 2550 | 2700 | 2850 | 2940 | 3300 | 3450 | 3600 | 4050 | 4140 | 4500 | 38580 |
| TOTAL   | 369         | 3900 | 4230 | 4530 | 4440 | 4710 | 5010 | 5580 | 5760 | 6270 | 7110 | 7710 | 8550 | 67800 |

Cuadro Estadístico por cada producto (unidades):

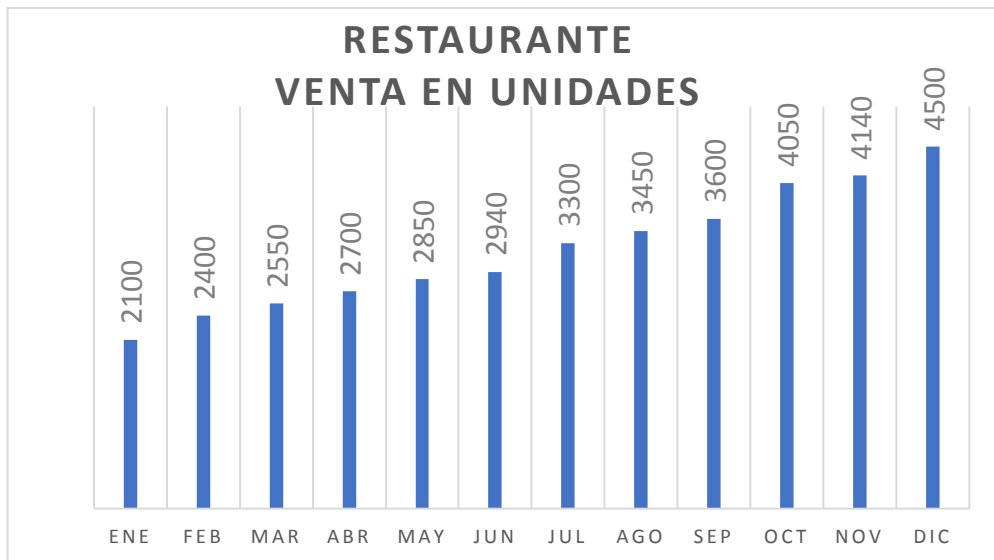
### Gráfico 2 Proyección de Ventas en Unidades - Hospedaje

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA



### Gráfico 3 Proyección de Ventas en Unidades - Restaurante

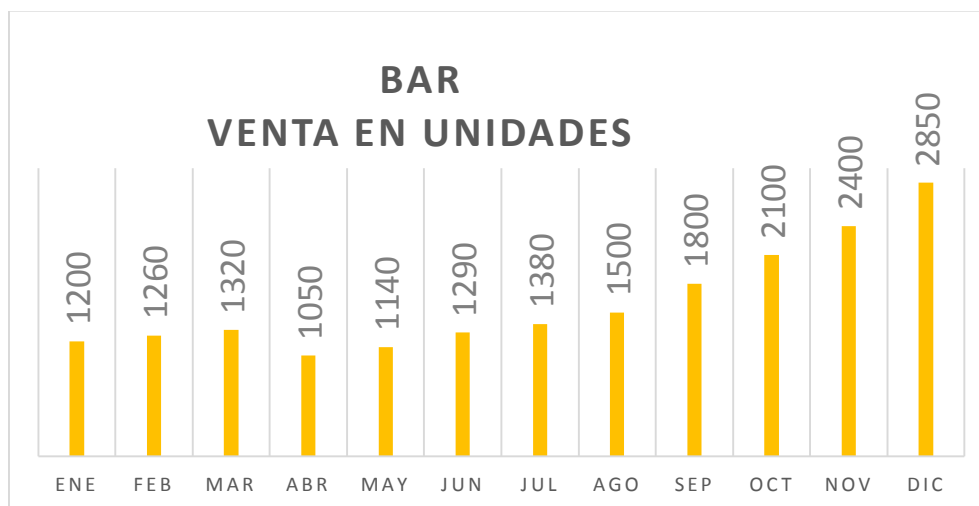
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA





### Gráfico 4 Proyección de Ventas en Unidades - Bar

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA



### Tabla 8 Proyección de Ventas en Soles

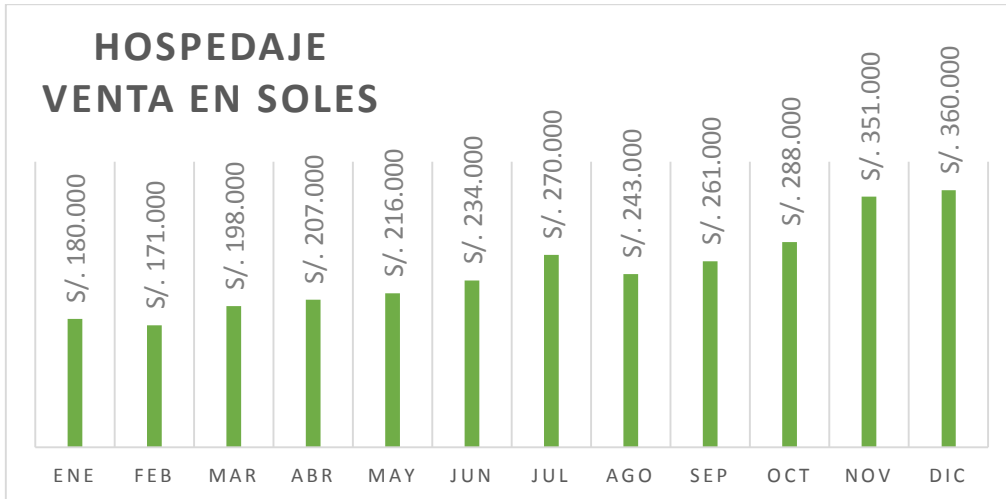
FUENTE: ELABORACION PROPIA

|       |             | PERIODO |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |           |
|-------|-------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| PROD. | PREC. PROD. | ENE     | FEB     | MAR     | ABR     | MAY     | JUN     | JUL     | AGO     | SEP     | OCT     | NOV     | DIC     | TOTAL     |
| HOSP. | 300         | 180 000 | 1710 00 | 1980 00 | 2070 00 | 2160 00 | 2340 00 | 2700 00 | 2430 00 | 2610 00 | 2880 00 | 3510 00 | 3600 00 | 2.979.000 |
| BAR   | 29          | 348 00  | 3654 0  | 3828 0  | 3045 0  | 3306 0  | 3741 0  | 4002 0  | 4350 0  | 5220 0  | 6090 0  | 6960 0  | 8265 0  | 559.410   |
| REST. | 40          | 840 00  | 9600 0  | 1020 00 | 1080 00 | 1140 00 | 1176 00 | 1320 00 | 1380 00 | 1440 00 | 1620 00 | 1656 00 | 1800 00 | 1.543.200 |
| TOTAL | 369         | 298.800 | 3035 40 | 3382 80 | 3454 50 | 3630 60 | 3890 10 | 4420 20 | 4245 00 | 4572 00 | 5109 00 | 5862 00 | 6226 50 | 5.081.610 |

Cuadro Estadístico por cada producto (soles):

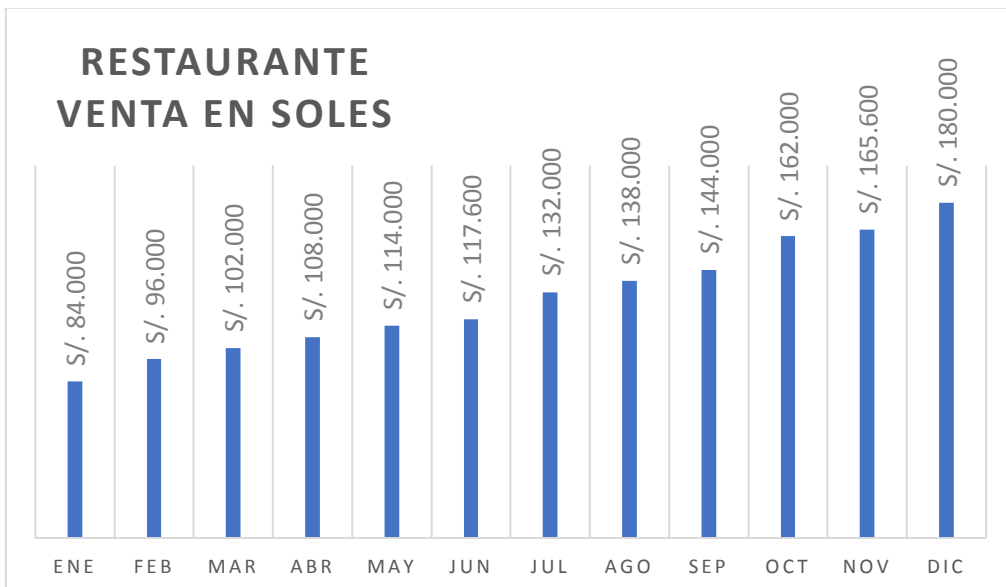
**Gráfico 5 Proyección de Ventas en Soles - Hospedaje**

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**



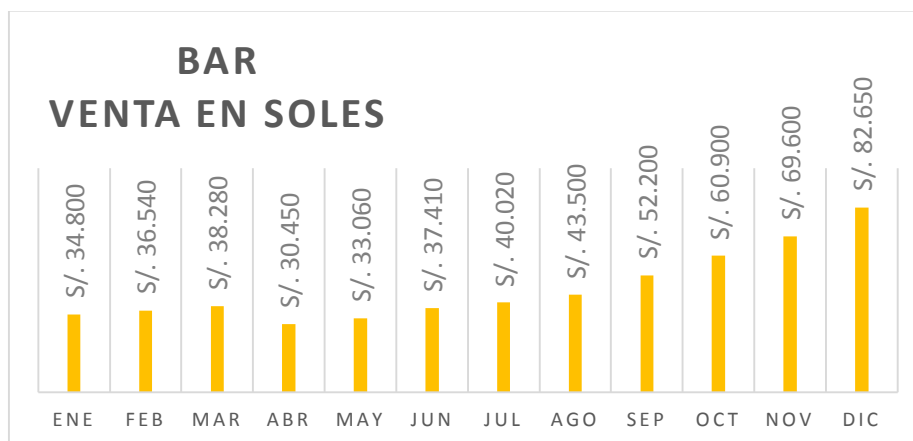
**Gráfico 6 Proyección de Ventas en Soles - Restaurante**

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**



## Gráfico 7 Proyección de Ventas en Soles - Bar

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA



### 5.3 Estimación de Inversión Inicial

Es la cantidad de dinero necesaria para la inversión del proyecto hotelero.

#### 5.3.1 Inversión Fija

Es la sumatoria del valorizar todos mis activos de la organización hotelera.

#### 5.3.2 Capital de Trabajo

Es la capacidad que tiene la empresa para afrontar el proceso de inversión.

**Tabla 9 Plan de Inversión**

**FUENTE: ELABORACION PROPIA**

| RUBRO                                  | VALOR UNIT       | UNID | TOTAL                   |
|--|------------------|------|-------------------------|
| <b>1.Activo Fijo</b>                   |                  |      |                         |
| Terrenos y/o infraestructura           |                  |      |                         |
| Área del local 357.12 m2 ( x 7,766.05) | S/. 2.773.411,00 | 1    | <b>S/. 2.773.411,77</b> |
| Construcción 65.6%                     | S/. 1.820.348,00 | 1    | <b>S/. 1.820.348,00</b> |
| TOTAL                                  |                  |      | <b>S/. 4.593.759,77</b> |
|  |                  |      |                         |
| Maquinaria y equipo                    | S/. 143.560,00   | 1    | S/. 143.560,00          |
| Herramientas y utensilios              | S/. 2.300,00     | 1    | S/. 2.300,00            |
| Muebles y enseres                      | S/. 145.226,00   | 1    | S/. 145.226,00          |
| TOTAL                                  |                  |      | <b>S/. 291.086,00</b>   |
| <b>TOTAL, ACTIVOS FIJOS</b>            |                  |      | <b>S/. 4.884.845,77</b> |
|  |                  |      |                         |
| <b>2.Gastos Pre Operativos</b>         |                  |      |                         |
| Licencia de funcionamiento/anuncios    | S/. 1.400,00     | 1    | S/. 1.400,00            |
| Gastos notariales/Sunarp               | S/. 1.400,00     | 1    | S/. 1.400,00            |
| Carné de Sanidad                       | S/. 25,00        | 30   | S/. 750,00              |
| Certificado de Defensa Civil           | S/. 5.500,00     | 1    | S/. 5.500,00            |
| Promoción                              | S/. 20.000,00    | 1    | S/. 20.000,00           |
| Asesoría Especializada                 | S/. 7.000,00     | 1    | S/. 7.000,00            |
| <b>TOTAL, GASTOS PRE OPERRATIVOS</b>   |                  |      | <b>S/. 36.050,00</b>    |
|  |                  |      |                         |
| <b>3.Capital de trabajo</b>            |                  |      |                         |
| Pago a planilla por 3 meses            | S/. 37.760,00    | 3    | S/. 113.280,00          |
| Insumo por 3 meses                     | S/. 11.836,00    | 3    | S/. 35.508,00           |
| <b>TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO</b>       |                  |      | <b>S/. 148.788,00</b>   |
| <b>TOTAL</b>                           |                  |      | <b>S/. 5.069.683,77</b> |

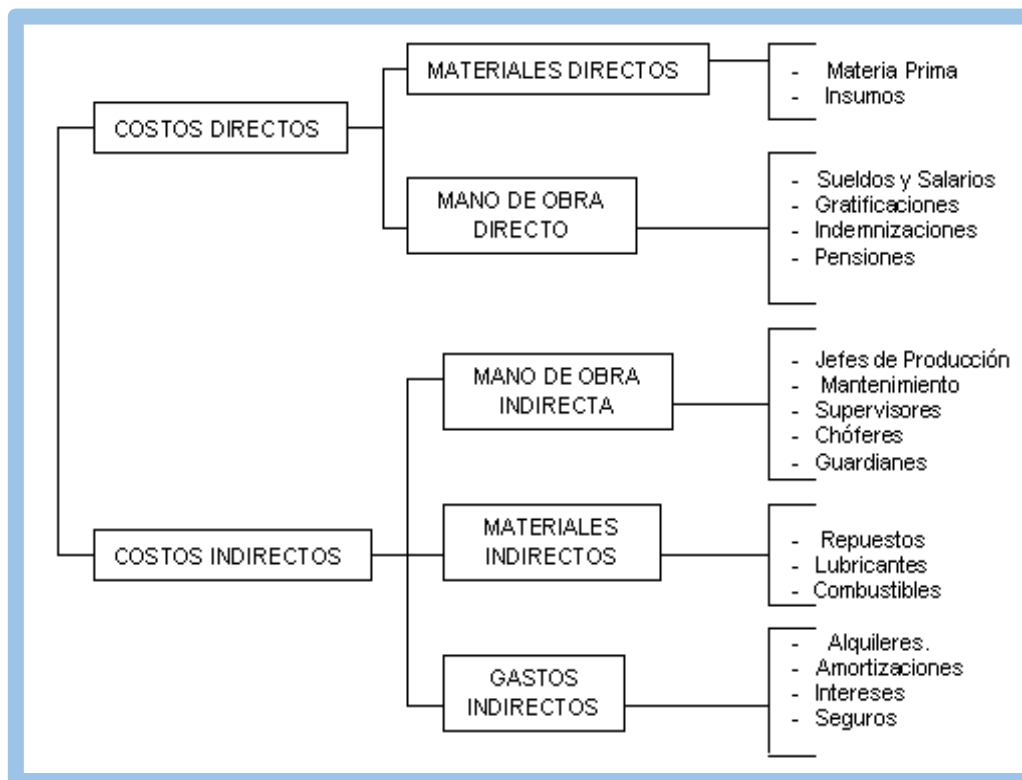
#### **5.4 Fuentes de Financiamiento**

La inversión para el Hotel ELYZ tres estrellas corre por cuenta de 5 socios el dinero es producto del ahorro personal acumulado de S/. 1,013,936.754 por socio.

## 5.5 Estimación de Costos

Ilustración 11 Estimación de Costos

FUENTE: ELABORACION PROPIA



### 5.5.1 Costos Fijos / Costos Variables

Tabla 10 Costos Fijos / Costos Variables

FUENTE: ELABORACION PROPIA

| RUBRO                           | VALOR UNIT.      | UND | COSTO TOTAL             |                      |
|---------------------------------|------------------|-----|-------------------------|----------------------|
|                                 |                  |     | FIJO                    | VARIABLE             |
| <b>1. Costos directos</b>       |                  |     |                         |                      |
| Materiales                      |                  |     |                         |                      |
| Maq. Y equipo                   | S/. 143.560,00   | 1   | S/. 143.560,00          |                      |
| Herram. Y utens.                | S/. 2.300,00     | 1   | S/. 2.300,00            |                      |
| Muebles y enseres               | S/. 145.226,00   | 1   | S/. 145.226,00          |                      |
| Insumo x 1 mes                  | S/. 11.836,00    | 1   |                         | S/. 11.836,00        |
| <b>TOTAL, COSTOS DIRECTOS</b>   |                  |     | <b>S/. 291.086,00</b>   | <b>S/. 11.836,00</b> |
| <b>2. Costos indirectos</b>     |                  |     |                         |                      |
| <b>Gastos administrativos</b>   |                  |     |                         |                      |
| Compra de terreno               | S/. 4.593.760,00 | 1   | S/. 4.593.760,00        |                      |
| Suelo x 1 mes                   | S/. 37.760,00    | 1   | S/. 37.760,00           |                      |
| <b>Gastos de ventas</b>         |                  |     |                         |                      |
| Licencia de funcionamiento      | S/. 1.400,00     | 1   | S/. 1.400,00            |                      |
| Gastos notariales               | S/. 1.400,00     | 1   | S/. 1.400,00            |                      |
| Carnet de sanidad               | S/. 25,00        | 30  | S/. 750,00              |                      |
| Certificado de defensa civil    | S/. 5.500,00     | 1   | S/. 5.500,00            |                      |
| Promoción                       | S/. 20.000,00    | 1   | S/. 20.000,00           |                      |
| Asesoría especial               | S/. 7.000,00     | 1   | S/. 7.000,00            |                      |
| <b>TOTAL, COSTOS INDIRECTOS</b> |                  |     | <b>S/. 4.958.656,00</b> | <b>S/. 11.836,00</b> |
| <b>TOTAL</b>                    |                  |     | <b>S/. 4.970.492,00</b> |                      |

| COSTO TOTAL             |                      |
|-------------------------|----------------------|
| FIJO                    | VARIABLE             |
| <b>S/. 4.958.656,00</b> | <b>S/. 11.836,00</b> |
| <b>S/. 4.970.492,00</b> |                      |

### 5.6 Estimación de Precio

Se detallarán los más importantes.

## COSTO TOTAL UNITARIO

$$\text{Costo Fijo Total (CFT)} = S/ 4958.656,00$$

$$\text{Costo Variable Total (CVT)} = S/ 11,836$$

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

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

$$CTU = CFU + CVU$$

### HOSPEDAJE

**Unidades producidas** = 9930 unidades al año

$$CFU = \frac{S/4958656}{9930} = S/.499$$

$$CVU = \frac{11,836.00}{9930} = S/.1.19$$

$$CTU = S/499 + S/.1.19 = 500.19$$

### RESTAURANTE

**Unidades producidas** = 38580 unidades al año

$$CFU = \frac{S/.4958656}{38580} = S/.128.5$$

$$CVU = \frac{11,836.00}{38580} = S/.0.30$$

$$CTU = 128.5 + 0.30 = 128.80$$

| BAR  |
|--|
| <b>Unidades producidas</b> = 19290 unidades al año |
| $CFU = \frac{S/.4958656}{19290} = S/.257.05$       |
| $CVU = \frac{11,836.00}{19290} = S/.0.61$          |
| $CTU = S/.257.05 + S/.0.61 = 491.57$               |

### 5.7 Punto de Equilibrio

*Contribución Marginal = Precio Venta - Costo Variable Unitario*

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

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

| HOSPEDAJE   |  |
|---|--|
| Precio de Venta Unitario por mes (PV) (300x30)  | S/. 9000   |
| Costo Variable Unitario   | S/. 1,19   |
| $C.M = S/.9000 - S/.1,19 = S/.8999$   |  |
| <b>En Unidades</b>  | <b>En Soles</b>  |
| $PE = \frac{S/4958656}{S/8999}$ <p><b>PE = 551 Habitaciones por mes</b><br/><b>PE = 18 Habitaciones Por día</b></p> | $PE = 551 * S/300$ <p><b>PE MENSUAL = S/ 165.300</b></p> |

| RESTAURANTE  |  |
|--|--|
| Precio de Venta Unitario por mes (PV) (40x30)  | S/. 1200   |
| Costo Variable Unitario  | S/. 0,30   |
| $C.M = S/.1200 - S/.0.30 = S/.1199.7$  |  |
| <b>En Unidades</b>   | <b>En Soles</b>  |
| $PE = \frac{S/4958656}{S/1199.7}$ <p><b>PE = 4133 Platos por mes</b><br/><b>PE = 137 Patos Por día</b></p> | $PE = 4133 * S/40$ <p><b>PE MENSUAL = S/165,320,00</b></p> |



| BAR   |  |
|---|--|
| Precio de Venta Unitario por mes (PV) (29x30)   | S/. 870  |
| Costo Variable Unitario   | S/. 0.61   |
| $C.M = S/.870 - S/.0.61 = S/. 869.4$  |  |
| En Unidades   | En Soles   |
| $PE = \frac{S/ 4958656}{S/ 869.4}$ <p><math>PE = 5703</math> <b>Bebidas por mes</b><br/> <math>PE = 190</math> <b>Bebidas x dia</b></p> | $PE = 5703 * S/29$ <p><b>PE MENSUAL = S/ 165,387</b></p> |

## 6 EVALUACIÓN FINANCIERA

### 6.1 Flujo de Caja Projectado

Tabla 11 Flujo de Caja

FUENTE: ELABORACION PROPIA

| CONCEPTO                 | 0                    | ENE                | FEB                | MAR                | ABR                | MAY                | JUN                | JUL                | AGO                | SET                | OCT                | NOV                | DIC                | TOTAL                |
|--------------------------|----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| INGRESOS                 |                      |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                      |
| HOSPEDAJE                |                      | S/. 180.000        | S/. 171.000        | S/. 198.000        | S/. 207.000        | S/. 216.000        | S/. 234.000        | S/. 270.000        | S/. 243.000        | S/. 261.000        | S/. 288.000        | S/. 351.000        | S/. 360.000        | S/. 2.979.000        |
| RESTAURANTE              |                      | S/. 34.800         | S/. 36.540         | S/. 38.280         | S/. 30.450         | S/. 33.060         | S/. 37.410         | S/. 40.020         | S/. 43.500         | S/. 52.200         | S/. 60.900         | S/. 69.600         | S/. 82.650         | S/. 559.410          |
| BAR                      |                      | S/. 84.000         | S/. 96.000         | S/. 102.000        | S/. 108.000        | S/. 114.000        | S/. 117.600        | S/. 132.000        | S/. 138.000        | S/. 144.000        | S/. 162.000        | S/. 165.600        | S/. 180.000        | S/. 1.543.200        |
| <b>TOTAL DE INGRESOS</b> |                      | <b>S/. 298.800</b> | <b>S/. 303.540</b> | <b>S/. 338.280</b> | <b>S/. 345.450</b> | <b>S/. 363.060</b> | <b>S/. 389.010</b> | <b>S/. 442.020</b> | <b>S/. 424.500</b> | <b>S/. 457.200</b> | <b>S/. 510.900</b> | <b>S/. 586.200</b> | <b>S/. 622.650</b> | <b>S/. 5.081.610</b> |
| EGRESOS                  |                      |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                      |
| ACTIVO FIJO              |                      |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                      |
| TERRENOS E INFRAESTRUC   | S/. 4.884.846        |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                      |
| MAQUINARIA Y EQUIPOS     | S/. 107.300          |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                      |
| HERRAMIENTAS             | S/. 1.736            |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                      |
| MUEBLES Y ENSERES        | S/. 112.671          |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                      |
| GASTOS PRE OPERATIVOS    |                      |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                      |
| LICENCIA DE FUNC.        | S/. 1.400            |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                      |
| GASTOS NOTA. SUNARP      | S/. 1.400            |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                      |
| CARNET DE SANIDAD        | S/. 750              |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                      |
| CERTIFICADO DE DC        | S/. 5.500            |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                      |
| PROMOCIÓN                | S/. 20.000           |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                      |
| ASESORIA ESPECIALIZADA   | S/. 7.000            |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                      |
| <b>TOTAL</b>             | <b>S/. 5.142.603</b> |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                      |
| COSTOS INDIRECTOS        |                      |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                      |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS   |                      | S/. 37.700         | S/. 37.700         | S/. 37.700         | S/. 37.700         | S/. 37.700         | S/. 37.700         | S/. 37.700         | S/. 37.700         | S/. 37.700         | S/. 37.700         | S/. 37.700         | S/. 37.700         |                      |
| CUOTAS                   |                      |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                      |
| SALDOS ANTES DE IMPUES   | <b>S/. 5.141.853</b> | S/. 261.100        | S/. 265.840        | S/. 300.580        | S/. 307.750        | S/. 325.360        | S/. 351.310        | S/. 404.320        | S/. 386.800        | S/. 419.500        | S/. 473.200        | S/. 548.500        | S/. 584.950        |                      |
| IMPUESTOS %              |                      | S/. 78.330         | S/. 79.752         | S/. 90.174         | S/. 92.325         | S/. 97.608         | S/. 105.393        | S/. 121.296        | S/. 116.040        | S/. 125.850        | S/. 141.960        | S/. 164.550        | S/. 175.485        | <b>S/. 1.388.763</b> |
| <b>SALDO ECONOMICO ©</b> | <b>S/. 5.141.853</b> | <b>S/. 182.770</b> | <b>S/. 186.088</b> | <b>S/. 210.406</b> | <b>S/. 215.425</b> | <b>S/. 227.752</b> | <b>S/. 245.917</b> | <b>S/. 283.024</b> | <b>S/. 270.760</b> | <b>S/. 293.650</b> | <b>S/. 331.240</b> | <b>S/. 383.950</b> | <b>S/. 409.465</b> | <b>S/. 3.240.447</b> |

## 6.2 Tasa de Descuento

El plan de negocio Hotel “ELYZ” financiado con fondos propios y no se necesitó recursos ajenos (prestamos de banco), solo con el ahorro personal de 5 socios capitalistas.

## 6.3 Relación Beneficio/ Costo

$$B/C = \frac{\text{Valor actual de ingresos proyectado}}{\text{Valor actual de los costos totales}}$$

$$B/C = \frac{16.202.235,00}{5.069.683,77}$$

$$B/C = 3.19\%$$

Se observa que es rentable la inversión.

## 7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1 Conclusiones

- El plan de negocio del hotel tres estrellas ELYZ, cumple con todos los requerimientos establecidos en el proceso de inversión.
- Se considera prioridad las fases del proceso administrativo de turismo y hotelería (MINCETUR, MUNICIPALIDAD, OTROS).
- Para la creación del trabajo de investigación se hizo una profunda investigación de mercado en el distrito de Miraflores y alrededores, así conocer más sobre la demanda y sobre nuestros competidores directos e indirectos.
- Tomando en consideración lo aportado por Deming en nuestra investigación, la data estadística cumple un rol importante porque ayuda a analizar los futuros errores y se pueden prevenir realizando en forma permanente una mejora continua de los diferentes procesos en el hotel.
- El proyecto de negocio siguiendo todos los parámetros establecidos en lo referente a los procesos y la óptima gestión de calidad en las diferentes áreas, se obtiene un costo-beneficio favorable de 3.19%, lo cual hace viable la rentabilidad del proyecto.

## **7.2 Recomendaciones**

- Contratar los colaboradores idóneos en la organización, que tengan un espíritu de servicio al cliente.
- Actualizar la información del MINCETUR, cuentan con poca información, ya sea para estudiantes de turismo y hotelería como también para los próximos inversionistas hoteleros en el país.
- Monitorear en forma permanente y diaria la evolución de las ventas y los demás procesos y manejar estadísticas adecuadas para hacer los comparativos con respecto al mes anterior y corregir errores, y tener contento tanto a los clientes internos como externos.

# **ANEXOS**

## ANEXO 1

### ANEXO 1 INFRAESTRUCTURA MÍNIMA PARA UN ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE CLASIFICADO COMO HOTEL

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

**FUENTE: MINCETUR**

**DS – 001 – 2015 – MINCETUR**

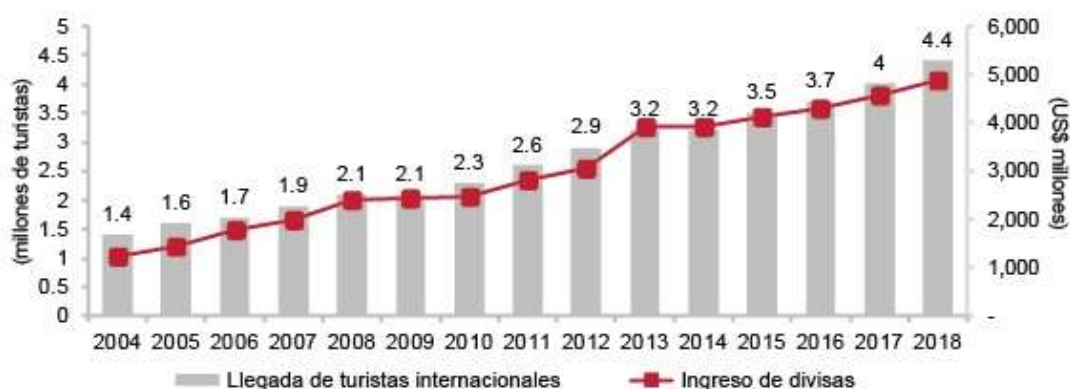
## ANEXO 2

### Llegada de turistas internacionales (Millones)



Fuente: Superintendencia Nacional de Migraciones  
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA

### Perú: cifras de turismo

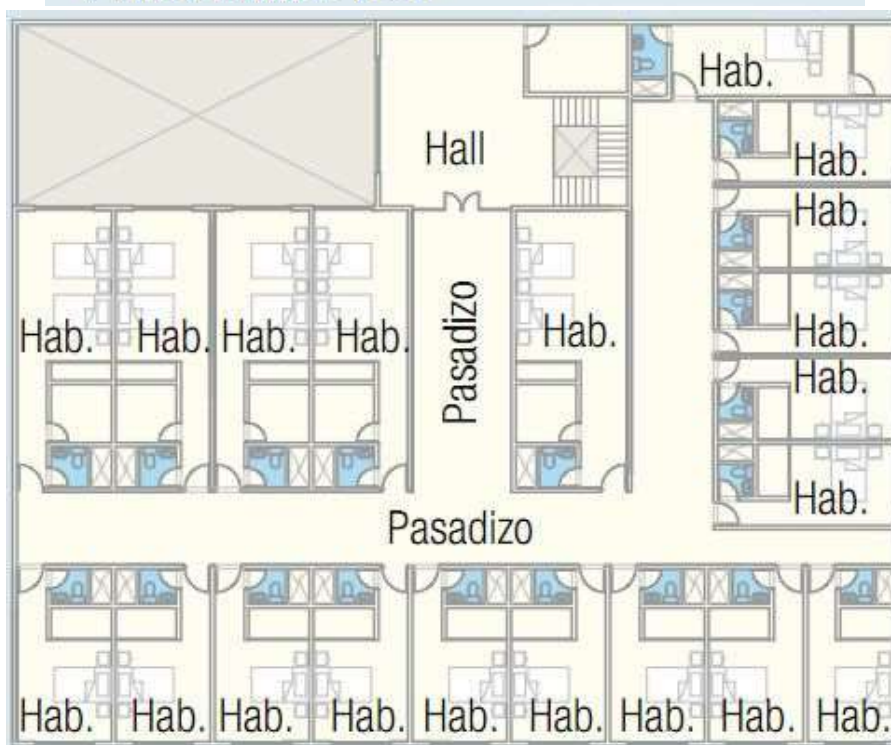
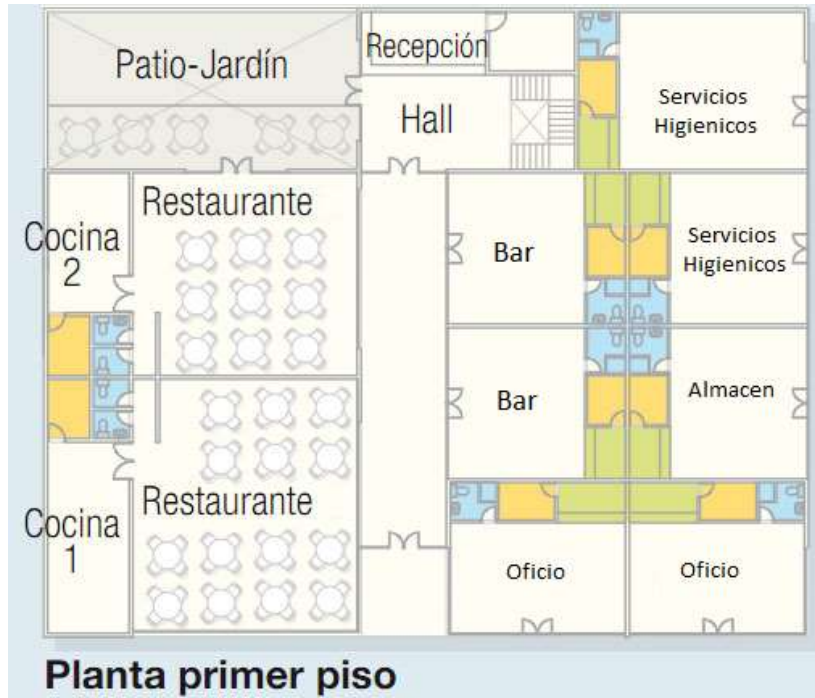


Fuente: Mincetur. Elaboración: ComexPerú.



### ANEXO 3

#### PLANO DE DISTRIBUCION REFERENCIAL



DS – 001 – 2015 – MINCETUR

|  |                   |
|--|-------------------|
| Todas las habitaciones deben tener un closet o guardarropa de un mínimo de: m <sup>2</sup> | 1.2 x 0.7         |
| -Simples (m <sup>2</sup> )   | 11 m <sup>2</sup> |
| -Dobles (m <sup>2</sup> )  | 14 m <sup>2</sup> |
| -Suites (m <sup>2</sup> mínimo, si la sala está integrada al dormitorio)                   | 24 m <sup>2</sup> |
| -Suites (m <sup>2</sup> mínimo, si la sala está separada del dormitorio)                   | 26 m <sup>2</sup> |

## ANEXO 4

### UBICACIÓN DEL LOCAL

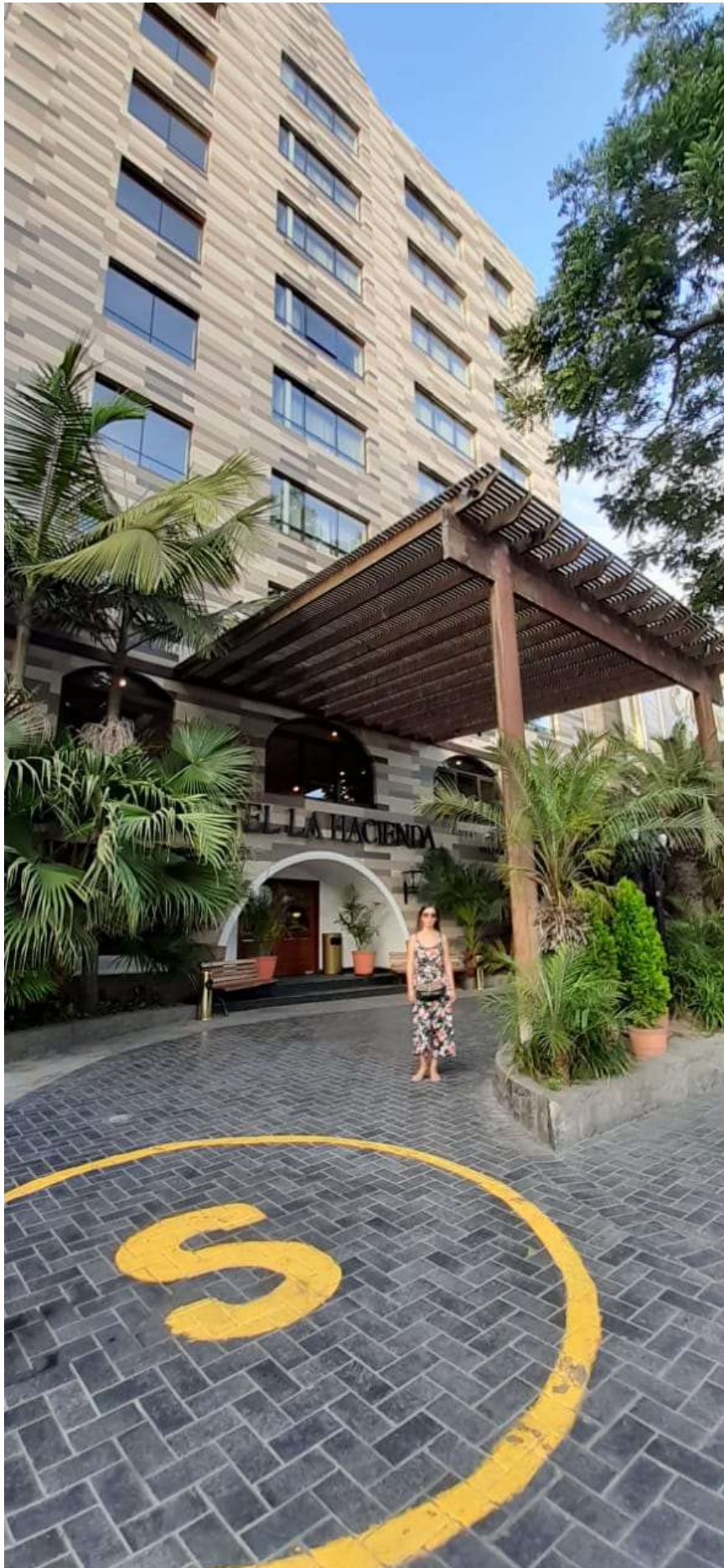


**Av. Armendáriz 220-districto de Miraflores**

**ANEXO 5**  
**COMPETENCIA DIRECTA**















## COMPETENCIA INDIRECTA







**\*3B Barranco-Chic and Basic – B&B**



**\*Holiday in Express**



**\*Trendy Host Osma**

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### LIBROS

- CASTRESANA J.L. y BLANCO, A. (1997). **“El mapa cultural estratégico del sistema de calidad total”**. XI Conferencia Internacional.
- CASTRO PEREZ, O. (1996). **La calidad como variable estratégica y factor de costes**. Club Gestión de Calidad. Madrid.
- CRIADO GARCIA-LEGAZ, F. (1993). **"Entorno empresarial y calidad total"**.
- FEIGENBAUM, A.V. (1994). "Prefacio"; en VV. AA.: Tratado de la Calidad Total.
- HAYES, B.E.: (1995). **Cómo medir la satisfacción del cliente**. Gestión 2000. Barcelona.
- ZIKMUND, William G. investigación de mercados. Editorial McGraw Hill. MADRID, 1997.

## PÁGINAS WEB

- ✓ <http://www.apeim.com.pe>
- ✓ <http://ctcalidad.blogspot.com/2015/09/la-trilogia-de-juran.html>
- ✓ [https://es.wikipedia.org/wiki/Análisis\\_Porter\\_de\\_las\\_cinco\\_fuerzas](https://es.wikipedia.org/wiki/Análisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas)
- ✓ <https://es.slideshare.net/arluadnaedoretniug/filosofa-de-calidad-ishikawa>
- ✓ <https://www.gestiopolis.com/14-puntos-de-la-calidad-segun-edwards-deming/>
- ✓ <http://www.inei.gob.pe>
- ✓ <http://www.mincetur.gob.pe>