



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

“ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL DE 03 ESTRELLAS EN LA PROVINCIA DE OTUZCO - DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD”

Tesis para obtener el título profesional de
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORAS:

Br. Karla Sofía Díaz Cornelio
Br. Lissette Nicole Sandoval Holguín

ASESORA:

Lic. María del Carmen D'Angelo Panizo

Trujillo – Perú

2015

APROBACIÓN DE LA TESIS

El (La) asesor(a) y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por el (las) Bachilleres Karla Sofía Díaz Cornelio;Lisette Nicole Sandoval Holguíndenominada:

“ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN HOTEL DE 03 ESTRELLAS EN LA PROVINCIA DE OTUZCO - DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD”

Lic. María Del Carmen D’Angelo Panizo

ASESOR

Eco. María Eugenia Alfaro Sánchez

JURADO

PRESIDENTE

Lic. Roger Hurtado Rojas

JURADO

Ing. Luigi Cabos Villa

JURADO

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida, guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes.

A mis padres, por ser los pilares más importantes de mi vida y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional.

A mis hermanos, por estar siempre presentes, acompañándome para poderme realizar.

A mi esposo Fernando, por siempre estar a mi lado, y ser una pieza clave en mi desarrollo personal y profesional.

A mi hija Fernanda Sofía, que durante su existencia me brindo felicidad y mucha ternura. Me das las fuerzas necesarias para concluir mi carrera y salir adelante en todo aspecto de mi vida. Gracias por ser mi angelito que me cuida desde el cielo.

Autor

Karla Sofía Díaz Cornelio

Dedico esta tesis a mis padres que con dedicación, esfuerzo y trabajo me han otorgado una carrera profesional, permitiéndome un mejor futuro para mi familia. Agradezco a mi hija que siempre estuvo apoyándome en este proceso mi querida Ainoa Paula Fernanda.

Autor

Lissette Nicole Sandoval Holguín

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios, por ser el testigo de los actos de nuestras vidas, y así mismo por permitirnos dar un escalón más en nuestras vidas.

A nuestra familia que siempre me brindó todo su apoyo para salir adelante y vencer los obstáculos que se presentaron durante la vida universitaria.

A nuestra asesora de tesis, Lic. María del Carmen D’Angelo Panizo por el tiempo, dedicación y pasión que brindó en la elaboración de este proyecto.

A nuestros jurados; por enseñarnos la perseverancia, dedicación y esfuerzo para lograr lo anhelado y ser ejemplo para cada una de nosotras.

A todas aquellas personas Otuzcanas que nos brindaron su apoyo de múltiples formas, desde las autoridades locales hasta los pequeños comerciantes de la zona, que permitieron insertarnos en su entorno social y económico.

A nuestra directora de Carrera de la Facultad de Administración Lic. María Eugenia Alfaro Sánchez, que con su ejemplo de perseverancia, nos enseñó que debemos decidirnos, comprometernos y dedicarnos por lo que anhelamos y alcanzarlo en el menor tiempo posible.

INDICE DE CONTENIDOS

APROBACION DE TESIS	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
INDICE DE CONTENIDOS	iv
PRESENTACIÓN	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
CAPITULO 1: GENERALIDADES	1
1.1. Nombre de la Empresa y Marca Distinta	2
1.2. Concepto de Negocio	2
1.3. Sector – Industria	6
1.4. Justificación	6
1.5. Posibles Barreras de Entrada y Salida	9
1.6. Objetivos de Estudio	10
1.7. Horizonte de Evaluación	11
1.8. Cronología del Proyecto	11
1.9. Ejecutores	11
CAPÍTULO 2. ESTUDIO DE MERCADO	12
2.1 Análisis del Entorno	13
2.1.1 Macro Entorno	13
2.1.1.1. Factores Legales	13
2.1.1.2. Factores Económicos	13
2.1.1.3. Factores Políticos	17
2.1.1.4. Factores Demográficos	20
2.1.1.5. Factores Climáticos	21
2.2 Investigación de Mercado	23
2.2.1 Metodología Utilizada	23
2.2.2 Fuentes de Información	24

2.2.3 Definición y Caracterización del Cliente y/o Consumidor	24
2.2.4 Segmentación	25
2.2.5 Análisis de la Demanda.....	26
2.2.5.1 Producto Básico, Real y Aumento.....	26
2.2.5.2 Demanda Histórica y Actual	27
2.2.5.3 Variables que Afectan a la Demanda.....	28
2.2.5.4 Demanda Proyectada.....	35
2.2.6 Análisis de la Oferta	36
2.2.6.1 Identificación de la Competencia.....	36
2.2.6.2 Oferta Histórica y Presente.....	38
2.2.6.3 Variable que Afectan a la Oferta	40
2.2.6.4 Oferta Proyectada	41
2.2.7 Deducción del Mercado	41
2.2.7.1 Proyección del Mercado Potencial, Disponible y Efectivo	41
2.2.7.2 Mercado Objetivo Proyectado.....	43
2.3 Análisis de la Comercialización.....	43
2.3.1 Marketing Mix Usado por la Competencia.....	43
2.3.1.1 Calidad Intrínseca.....	43
2.3.1.2 Costo para el Cliente	45
2.3.1.3 Conveniencia	46
2.3.1.4 Comunicación.....	47
2.3.2 Análisis del Mercado Proveedor	47
2.3.2.1 Identificación y Caracterización	48
2.3.2.2 Criterios de Selección.....	48
2.3.2.3 Evaluación y Selección	49
2.3.3 Canales y Medios	49
2.3.3.1 Identificación	50
2.3.3.2 Caracterización de Actores según Canal y Medio	50

2.3.3.3 Condiciones de Acceso	50
2.3.3.4 Criterios de Selección.....	51
2.3.3.5 Evaluación y Selección	52
CAPÍTULO 3. ESTUDIO TÉCNICO	53
3.1 Especificaciones Técnicas del Producto.....	54
3.2 Ingeniería Básica	55
3.2.1 Descripción de Procesos	55
3.2.1.1 Mapa de Interacción de Procesos	55
3.2.1.2 Procesos Principales.....	56
3.2.1.3 Procesos de Apoyo	84
3.2.1.4 Otros Procesos	84
3.2.2 Producción y Capacidad.....	84
3.2.2.1 Tiempo de Ciclo.....	84
3.2.2.2 Balance en Línea	85
3.2.2.3 Posibles Cuellos Botella.....	85
3.2.2.4 Programa de Producción por Tipo de Producto	87
3.2.2.5 Capacidad Máxima y Normal	87
3.2.2.6 Criterios y Porcentajes de Ocupabilidad	87
3.2.3 Descripción de Tecnologías.....	87
3.2.3.1 Maquinaria y Equipo	87
3.2.3.2 Mobiliario y Herramientas	89
3.2.3.3 Software y Similares	89
3.3 Centro de Operaciones.....	89
3.3.1 Macro y Micro Localización.....	89
3.3.2 Descripción de Terrenos, Inmuebles e Instalaciones Fijas	90
3.3.3 Diseño de Edificaciones e Instalaciones	90
CAPÍTULO 4. ESTUDIO LEGAL.....	93
4.1 Constitución de la Sociedad.....	94

4.1.1 Forma Societaria e Implicancias	94
4.1.2 Proceso de Constitución.....	94
4.1.3 Costos de Constitución.....	95
4.2 Tasas y Servicios Regulares.....	96
4.2.1 Licencias y Permisos	96
4.2.2 Anuncios Publicitarios.....	96
4.2.3 Regulación Sectorial	96
4.2.4 Registros, Asociaciones y Vinculaciones	97
4.2.5 Costos por Tasas y Servicios Regulados	97
4.3 Demás Aspectos Legales.....	98
4.3.1 Aspectos Laborales.....	99
4.3.2 Aspectos Tributarios	99
4.3.3 Registros de Marca	100
4.3.4 Regulación Sanitaria y Ambiental	101
4.3.5 Regulación sobre Salud y Seguridad Ocupacional.....	101
4.3.6 Base Legal de Exportación / Importación	102
4.3.7 Costos de los Demás Aspectos Legales	102
CAPÍTULO 5. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	103
5.1 Planeamiento Estratégico.....	104
5.1.1 Misión.....	104
5.1.2 Visión	104
5.1.3 Objetivos Estratégicos	104
5.1.3.1 Perspectiva Financiera.....	105
5.1.3.2 Perspectiva de Clientes	105
5.1.3.3 Perspectiva de Operaciones y Procesos	105
5.1.3.4 Perspectiva de Organización y Aprendizaje.....	106
5.1.4 Análisis FODA.....	106
5.1.5 Matriz EFI y EFE	110

5.1.6 Análisis de la Competitividad del Proyecto	112
5.1.7 Estrategias de Entrada y Crecimiento.....	112
5.1.8 Estructura Organizacional.....	113
5.2 Plan de Mercadotecnia	113
5.2.1 Plan de Crecimiento Comercial.....	114
5.2.2 Mercado Meta	114
5.2.3 Calidad Intrínseca	115
5.2.4 Costo para el Cliente.....	115
5.2.5 Conveniencia.....	115
5.2.6 Comunicación	115
5.2.7 Posicionamiento	115
5.2.8 Presupuesto de Marketing	116
5.3 Equipo de Trabajo	116
5.3.1 Descripción de Posiciones	116
5.3.2 Manual de Organización y Funciones.....	117
5.3.3 Proceso de Reclutamiento y Selección.....	120
5.3.4 Plan de Desarrollo del Personal y Monitoreo.....	121
5.3.5 Política y Fijación de Remuneraciones.....	121
CAPÍTULO 6. ESTUDIO DE COSTOS.....	122
6.1 Inversiones.....	123
6.1.1 Inversiones en Activo Fijo	124
6.1.2 Inversiones en Activo Intangible	124
6.1.3 Inversión en Capital de Trabajo	124
6.2 Costos y Gastos Proyectados.....	125
6.2.1 Materia Prima Directa	125
6.2.2 Mano de Obra Directa.....	125
6.2.3 Costos y Gastos Indirectos de Fabricación.....	126
6.2.4 Gastos Administración	126

6.2.5 Gastos de Ventas	126
6.2.6 Otros Gastos Pre Operativos.....	127
6.2.7 Depreciación del Activo Fijo.....	127
6.2.8 Amortización de Intangibles.....	127
6.3 Financiamiento	127
6.3.1 Estructura de Capital.....	127
6.3.2 Alternativas de Financiamiento Externo	128
6.3.3 Criterios de Selección de Fuentes de Financiamiento	128
6.3.4 Evaluación y Selección de Fuentes de Financiamiento	128
6.3.5 Amortización de Deuda	128
6.4 Ingresos Proyectados	129
6.4.1 Ingresos por Ventas	129
6.4.2 Recuperación del Capital del Trabajo	129
6.4.3 Valor de Desecho Neto	129
CAPÍTULO 7. EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	130
7.1 Supuestos Generales.....	131
7.2 Flujo de Caja Proyectado	131
7.2.1 Flujo de Caja Operativo.....	132
7.2.2 Flujo de Capital.....	132
7.2.3 Flujo de Caja Económico	132
7.2.4 Flujo de Deuda.....	132
7.2.5 Flujo de Caja Financiero.....	132
7.3 Determinación de la Tasa de Descuento.....	132
7.3.1 Costo de Oportunidad de Capital.....	132
7.3.2 Costo Promedio Ponderado de Capital	133
7.4 Estados Proyectados	133
7.4.1 Balance General.....	133
7.4.2 Estado de Ganancias y Pérdidas.....	133

7.5 Rentabilidad.....	134
7.5.1 Indicadores de Rentabilidad	135
7.5.2 Punto de Equilibrio para el Horizonte del Proyecto.....	135
7.5.3 Período de Recuperación de Capital	135
7.6 Análisis de Sensibilidad	136
7.6.1 Variables de Entrada	137
7.6.2 Análisis Undimensional.....	137
7.6.3 Análisis Multidimensional	137
7.6.4 Conclusiones del Análisis.....	138
7.7 Factores Críticos de Riesgo y Éxito.....	138
7.7.1 Descripción.....	138
7.7.2. Plan de Contingencias y Aseguramiento.....	138
CAPÍTULO VIII. CONCLUSIONES.....	139
CAPÍTULO IX. RECOMENDACIONES	141
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	143
CAPÍTULO X. ANEXOS	144

PRESENTACIÓN

En la actualidad la capacidad adquisitiva de la ciudadanía se ha incrementado en un 50%, en donde según estadísticas del INEI, miles salieron de la extrema pobreza y de la pobreza, ya sea por medio de la obtención de un puesto de trabajo, mejoramiento del mismo, por subsidios de los programas del Estado o simplemente por alcanzar un desarrollo progresivo y exitoso en sus micro y pequeñas empresas que han forjado, convirtiéndose en la clase emprendedora, que sigue motivando y cooperando, en la creación de puestos de trabajo y el aceleramiento del flujo económico.

En ese resumido contexto antes mencionado, es que los patrones de consumo de bienes y servicios han cambiado, exigiendo los consumidores cada día una mayor calidad, modernidad y distinción, para lo cual el rubro de las empresas de hoteles de calidad no es ajeno, tal como se desarrollará en la presente tesis y la misma que se enfocará en un estudio de pre-factibilidad para la implementación del Hotel “TASKY” (cuyo vocablo quechua en español significa “Virgen”) y de nombre comercial “DUE HOTEL Y SUITE S.A.C” (TRES ESTRELLAS), el mismo que se enfocará en tres aspectos para ser brindados a nuestro clientes, los cuales son comodidad, estilo y servicio personalizado; contando para ello con una buena ubicación dentro del distrito de Otuzco, en el departamento de La Libertad, que será el lugar donde se llevará a cabo el presente proyecto.

Los motivos por el cual se eligió a la bella ciudad de Otuzco, son su cultura, religiosidad, platos típicos y el ambiente de relax en donde se puede disfrutar de diversos paisajes tanto para la aventura como para la diversión campestre; aspectos que ofrecen una desconexión de la rutina laboral o de la vida cotidiana en la ciudad. Aspectos trascendentales que han sido tenidos en cuenta, siendo corroborados en base a las encuestas realizadas a nuestros clientes potenciales. No obstante, se debe mencionar del mismo modo el adecuado cuidado y mantenimiento de las carreteras que posibilitan un tránsito seguro y rápido, siendo reforzada con la correcta organización de las autoridades de la localidad para ofrecer seguridad y tranquilidad a los turistas.

Por lo tanto, el equipo de trabajo encargado de la elaboración de la presente tesis, ponen a su disposición la misma, esperando que también les sirva de aliciente y de guía a quienes la lean, para convertirse en empresarios de esta apasionante, sacrificada pero productiva forma de hacer empresa en nuestra localidad o región.

RESUMEN

La presente tesis se basa en un Estudio de Prefactibilidad para la Implementación de un Hotel de Tres estrellas en la Provincia de Otuzco, en el departamento de La Libertad, la misma que es conocida por su hermoso santuario de la Virgen de la Puerta y sus bellos paisajes naturales. Se encuentra a 75 kilómetros de Trujillo, con un aproximado de una hora y media de viaje en bus.

El proyecto tendrá como finalidad brindar un servicio personalizado, enfocándonos en aspectos como: la comodidad, calidad, estilo para las personas que tienen predilección por los viajes de placer o de aventura, así como también para aquellos que gustan de celebrar o finiquitar acuerdos comerciales o negocios en zonas o lugares de recreación, en medio de un ambiente natural y acogedor, alejado del bullicio y agitada vida ciudadino, enmarcándose dichas personas dentro de los niveles socioeconómicos A, B y C.

Según Mincetur se observa que en los últimos años se ha incrementado en gran escala el número de turistas nacionales y extranjeros, siendo positivo para el Perú lo cual permite ser un país destino de inversiones, de negocios y mejorará su expansión continua. Mediante este crecimiento posicionaremos al proyecto, basándonos en implementar nuevas estrategias de diversificación para crecer en el ámbito Hotelero, cubriendo las expectativas del cliente consumidor y de esta manera fortalecernos, con el fin de abrirnos camino y destacar en medio de una competencia directa que brinde y ofrezca este tipo de servicio, siendo nuestro proyecto el único en la ciudad de Otuzco, que cubra las expectativas de un turista nacional y extranjero, ejecutivo o aventurero insatisfechos.

El Proyecto Hotel Tasky, tendrá una capacidad máxima; el primer año se atendería 3,221 servicios, culminando en el último año con 4,133 servicios anuales, para lo cual requiere de una inversión inicial que asciende a S/.247,951.36 que será financiado en un 80% con aporte propio y en un 20% con préstamo de una entidad financiera local.

Ser una empresa rentable asumiendo obligaciones, obteniendo un TIRF 41.13%; manteniendo liquidez para sus operaciones VANE de 247,322.15. Con respecto a los indicadores de Rentabilidad tenemos como conclusión la aceptación del proyecto

ABSTRACT

The following thesis is based on a pre-feasibility study for the implementation of a 3 star hotel in the Province of Otuzco, Department of La Libertad. This city is known for its beautiful natural landscape and its great following of the Virgin Virgen de La Puerta. Its 75 kilometers away from the city of Trujillo, with a one and a half hour of bus travel in between them.

The project's main goal is to create and give a personalized service, focusing and emphasizing in aspects such as commodity, quality, style, security, technology and customer confidence; all of this targeted to an exclusive economic sector including high ranking company executives and wealthy tourists in search of a different tourist range of touristic services, all the same promoting Otuzco's tourism and economy.

In that sense, our potential customers are people eager to embark on a leisure or adventure journey as well as costumers that love the idea of celebrating business contracts in a recreational natural environment far away from the usual city noises. These potential costumers belong to the B and C socioeconomic sectors.

According to Mincetur and the vice ministry of tourism, foreign tourist will visit the country, all but a positive future for business investment and the country's push for a continued growth. Taking this growth into account, the project will implement new strategies of diversification in order to raise business making in the tourism market, satisfying customer's expectations which will in turn allow the business to become the main service provider in Otuzco, one that actually satisfies the customer's needs and desires.

CAPITULO I: GENERALES

1.1. Nombre de la Empresa y Marca Distintiva:

El nombre de la empresa “Due Hotel & Suite S.A.C”, será específicamente para la Razón Social. El nombre comercial se denominará: Hotel Tasky, nombre en quechua que significa “VIRGEN”, en homenaje a la Fiesta religiosa de Otuzco.

1.2. Concepto de Negocio:

Nuestro proyecto está enfocado en la creación de un **hotel de 3 estrellas**, categoría que se caracteriza primordialmente por brindar mayor énfasis en la comodidad, estilo y servicio personalizado. A menudo estos hoteles tienen restaurantes, cuentan con amplios espacios en cada habitación, asimismo tienen salas de conferencia, y siempre están bien ubicados en lugares estratégicos de la ciudad, encontrándose cerca a lugares turísticos, buscando una atención más cuidadosa y enfocada en la calidad del servicio. Un hotel de tres estrellas es ideal para viajeros de negocios y de placer.

En tal sentido, nuestro proyecto estará situado en el centro de la plaza de Armas de la ciudad de Otuzco, el cual brindará los servicios de: Restaurante – cafetería, cochera, salón para atender todo tipo de eventos y reuniones, conexión a internet (wi-fi), calefacción, información turística, lavandería, tintorería, movilidad, paquetes de aniversarios o noche de bodas, y demás espacios que permitan ofrecer al cliente, un lugar para distraerse, relajarse y reunirse con los amigos, familiares, colegas u otros. Los servicios antes descritos cumplirán estrictamente con los estándares de calidad. Asimismo se debe señalar que nuestro proyecto se basará en un hotel con una infraestructura moderna, pero siempre estará presente el estilo rústico o tradicional, que permita tener en cuenta al visitante la esencia de la ciudad de Otuzco.

FIGURA N° 1: RESCATE DE ASPECTOS LUGAREÑOS EN EL AMBIENTE MODERNO DEL “HOTEL TASKY”



FUENTE: Elaboración propia.

CLASIFICACIÓN DE HOTELES

Hoteles de una estrella★

Estos hoteles siempre son los más económicos y los que menos servicios tienen. En algunas ocasiones tienen habitación privada, algunas veces con baño privado y otras con baño compartido. Son estrictamente funcionales, sólo para dormir y seguir el viaje, no cuentan con servicio de limpieza. Los muebles suelen ser una cama y una silla, y a veces puedes llegar a encontrar un ropero y una mesa de luz.

Los hoteles de una estrella son generalmente espacios pequeños y sin vistas espectaculares, pero donde podrás asegurarte un descanso. Los servicios como TV y teléfono se pueden compartir en el hall central del edificio. Gran parte de los hoteles de esta categoría están situados en residencias o pequeños edificios y no tienen una gran estructura para el ocio. Finalmente, suelen estar ubicados en zonas distantes del centro o en los alrededores de la ciudad, pero el costo por estar allí justifica la distancia muchas veces.

Hoteles de dos estrellas ★★

Estos hoteles de mediana categoría ofrecen baño privado y un espacio habitacional más amplio con algún mobiliario extra, como ropero o mesa y sillas. Generalmente cuentan con servicio de alimentos y bebidas, aunque en horarios cortados y con menús básicos.

Están ubicados casi siempre en la zona céntrica de la ciudad, aunque el paisaje que ofrecen no es de lo más atractivo.

Siguen siendo hoteles funcionales, para viajeros de paso o que llegan hasta el hotel solo para descansar y disfrutar su viaje fuera del hotel. Estos hoteles incluyen en su servicio un teléfono privado y el desayuno. También suelen ofrecer una de caja de seguridad para que guarden sus pertenencias y datos e información turística de la ciudad en la que se encuentre.

Hoteles de tres estrellas ★★★

Estos hoteles tienen un costo medio. Cuentan con amplios espacios en cada habitación y un mobiliario completo con sillas, mesas, armarios, televisor, teléfono privado y baños confortables. Algunos incluso poseen una pequeña heladera que ya viene con bebidas que se pagan al final de la estadía en caso de que las consumas. Siempre están bien ubicados, sea porque están en un lugar céntrico de la ciudad o por encontrarse en lugares turísticos cerca de grandes atracciones.

Generalmente cuentan con servicio de comidas, cafetería, restaurantes en los horarios de mañana, tarde y noche, además de una amplia oferta turística para los viajeros mediante excursiones. La mayoría incluye el servicio de botones, servicio de cuarto 24 horas, conserjes y servicio bilingüe en el espacio designado a la recepción de los huéspedes. Son hospedajes donde puedes quedarte a disfrutar de un descanso extra gracias a sus comodidades.

Hoteles de cuatro estrellas ★★★★★

Estos hoteles están considerados de primera clase: son lujosos, con comodidades amplias como habitaciones grandes y lujosamente decoradas, que incluyen accesorios tales como secador de pelos, gel de baño y TV por Cable. También ofrecen una serie de facilidades como: tienda del estilo duty free, servicio de lavandería, centro de reuniones de negocios y empresariales y centros de ocio, como mesas de billar o cartas.

Cuentan con personal altamente capacitado que incluye chefs, botones y parqueadores plurilingües y hasta guías que ofrecen recorridos y visitas por la ciudad. Siempre poseen servicio de bar y comidas que se pueden recibir directamente en la habitación, e incluso algunos tienen su parte de restaurante abierta al público. Suelen tener salas de conferencias para eventos empresariales o de cualquier otro tipo, además de una excelente ubicación, con suites de lujo, jacuzzi y buenas vistas panorámicas. Ideal para disfrutar tanto fuera como dentro del hotel para el viajero que busca descansar, pero también realizar actividades de todo tipo mientras se encuentra en el Hotel.

Hoteles de cinco estrellas ★★★★★

Estos hoteles de lujo se caracterizan por ofrecerte la mejor atención y la más amplia gama de servicios, que van desde espacio para piscinas, salones de gimnasia con profesores y animadores infantiles incluidos, hasta un servicio de guardería para niños, shows y eventos casi todas las noches. Tienen un espacio para las comidas y veladas con música en vivo, además de una carta desarrollada por varios chefs especializados en la gastronomía de la ciudad.

Las habitaciones son las más cómodas de todas las que puedas encontrar, con espacios muy amplios y todas las comodidades que van desde TV por cable hasta servicio de limpieza y atención personalizada las 24 horas, además de ofrecerte ubicaciones inmejorables con vistas increíbles. Suelen incluir un servicio de cóctel gratuito y entradas con descuentos especiales para los eventos de la ciudad. En estos hoteles suelen organizarse congresos y reuniones especiales dadas su amplia capacidad y la cantidad de servicios que ofrece.

FIGURA N° 2: CLASIFICACION DE HOTELES



FUENTE: Elaboración propia.

1.3 Sector – Industria:

El proyecto pertenece al Sector Hotelero con código CIU 5510 Hoteles; campamentos y otros tipos de hospedaje temporal; que en la actualidad está creciendo de forma sostenida.

1.4 Justificación:

La oportunidad del negocio se encuentra en la gran diversidad de atractivos turísticos, como sus bellos paisajes, hermosas artesanías, gastronomía, religiosidad, además de su hospitalaria gente; así como también el mejoramiento de la nueva carretera totalmente asfaltada que ha generado una gran movilidad social de visitantes, turistas y devotos que se congregan para la celebración de la fiesta de La Virgen de La Puerta que tiene como fecha el 12 de diciembre y a quien se le atribuye nuevos milagros cada año, siendo una festividad a la que concurren turistas de diversas partes del país y del extranjero. También se tiene la fiesta patronal de Coina en honor a San Miguel Arcángel, del 23 al 30 de Julio; la Fiesta de La Virgen de La Asunción en Usquil, el 15 de Agosto. Y la Fiesta de la Virgen de Las Mercedes en Chuquizongo, que se celebra el 24 de septiembre; fiestas costumbristas que se constituyen en grandes motivos para visitar la ciudad de Otuzco.

Según cifras de Promperú, más de diez mil turistas llegaron hasta Otuzco durante las celebraciones de Semana Santa de este año 2014. Tradicionalmente esta localidad andina recrea el vía crucis de Jesús ante miles de espectadores, para culminar oficiando un acto religioso que se ha convertido en uno de los principales atractivos turísticos de La Libertad.

FIGURA N° 3: VIA CRUCIS - 2013



Fuente: Diario la Republica

FIGURA N° 4: VIA CRUCIS EN OTUZCO- 2014



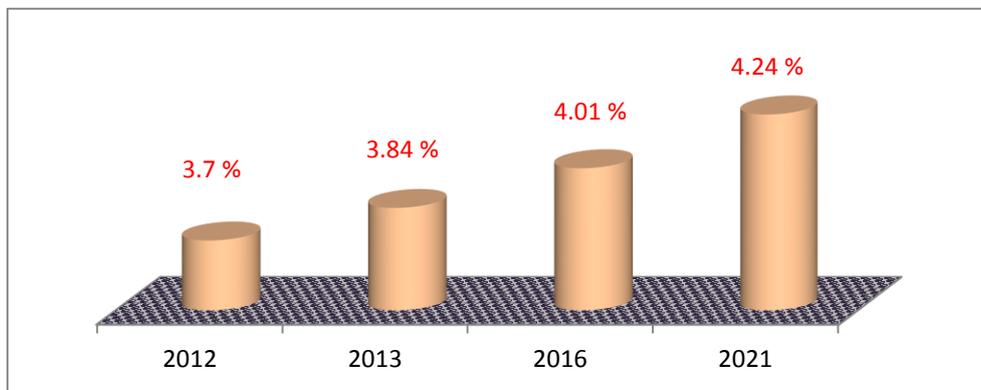
Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO N°1: INCREMENTO DE ARRIBOS



Fuente: Mincetur – Encuesta mensual de establecimientos de Hospedaje en miles

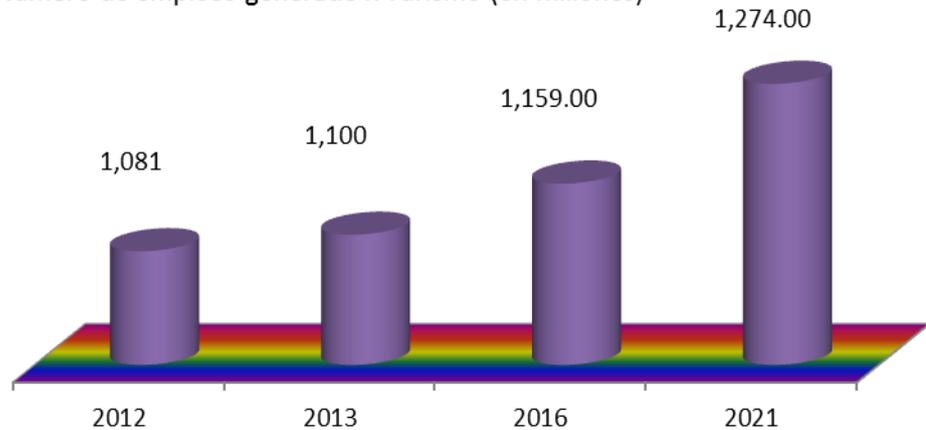
GRAFICO N°2: PORCENTAJE DE APOORTE AL PBI



Fuente: Diario la Gestión - Sección Economía.

GRAFICO N°3: NÚMERO DE EMPLEOS GENERADO POR EL TURISMO

Numero de empleos generado x Turismo (en millones)



Fuente: Fuente: Según datos del Plan Estrategico Nacional de Turismo – PENTUR 2012-2021.

El turismo Peruano ha generado miles de puesto de empleo, y se proyecta que el año 2021 se crearan 1,274 millones de empleos, es decir se incrementará un 18% la cifra actual.

1.5. Posibles Barreras de Entrada y Salida:

1.5.1. Barreras de Entrada:

- Alta inversión para la operatividad del proyecto del hotel de 03 estrellas denominado “HOTEL TASKY”
- Los trámites administrativos a realizar para obtener las respectivas licencias y permisos.

1.5.2. Barreras de Salida:

- Reconvertir el negocio en alquiler de departamentos.

1.6. Objetivos del Estudio:

Institucionales:

Ser una empresa hotelera con un personal calificado, que brinde un excelente servicio al cliente, capacitándolo de manera continua en temas relacionados con la actividad hotelera y de turismo de acuerdo a las expectativas del consumidor y estando a la vanguardia de la tecnología.

De Marketing:

Ser el mejor Hotel en Otuzco con una moderna infraestructura, con equipos actualizados; con amplias habitaciones con ambientes decorados e iluminados que permitan brindar un lugar cómodo, seguro y agradable a los huéspedes, logrando de esta manera tener la diferenciación de nuestros competidores en el mercado actual , teniendo en cuenta las necesidades, expectativas, solicitudes y requerimientos del consumidor hotelero, realizando estudios de mercado (encuestas, focus group) e implementando nuevas estrategias de diversificación para hacer crecer la empresa Hotelera.

Operacionales:

Maximizar el nivel de ventas del servicio que estén acorde al mercado de Turismo de la ciudad de Otuzco.

Financieros:

Ser una empresa rentable asumiendo obligaciones, obteniendo un TIRF 41.13%; manteniendo liquidez para sus operaciones VANE de S/. 247,322.15. Con respecto a los indicadores de Rentabilidad tenemos como conclusión la aceptación del proyecto.

1.7. Horizonte de Evaluación:

El presente proyecto se evalúa a un horizonte de 5 años, siendo su vida útil indeterminada, teniendo en cuenta que se llevaría a cabo a partir del año 2017.

1.8 Cronología del Proyecto:

El cronograma especifica las actividades y tiempo en que se ejecutara el esquema del contenido del proyecto del hotel de 03 estrellas denominado “Hotel TASKY”

Actividades	jul-13	ago-13	sep-13	oct-13	nov-13	dic-13	ene-14	feb-14	mar-14	abr-14	may-14	jun-14	jul-14	ago-14	sep-14	oct-14	nov-14	dic-14	ene-15	feb-15	mar-15	
Esquema de Contenido de la Tesis	1s 2s 3s 4s																					
1. Capítulo I: Generalidades	1s 2s 3s 4s																					
2. Capítulo II: Estudio de Mercado		1s 2s 3s 4s																				
3. Capítulo III: Estudio Técnico				1s 2s 3s 4s	1s 2s 3s 4s	1s 2s 3s 4s																
4. Capítulo IV: Estudio Legal						1s 2s 3s 4s																
5. Capítulo V: Estudio Organizacional								1s 2s 3s 4s														
6. Capítulo VI: Estudio de Costos														1s 2s 3s 4s								
7. Capítulo VII: Evaluación Económica																		1s 2s 3s 4s				
8. Capítulo VIII: Conclusiones																				1s 2s 3s 4s	1s 2s 3s 4s	
9. Capítulo IX: Recomendaciones																					1s 2s 3s 4s	
10. Referencias																						1s 2s 3s 4s
11. Anexos																						1s 2s 3s 4s

Fuente: El Elaboración Propia

1.9 Ejecutores:

Las ejecutoras del proyecto son las señoritas en mención:

Br. Karla Sofía Díaz Cornelio

Br. Lissette Nicole Sandoval Holguín

CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Análisis del Entorno

2.1.1 Macro Entorno

2.1.1.1 Factores Legales:

Consiste en las Leyes de Protección al Consumidor; Mencionaremos las normas que se involucran en el Proyecto:

- Ley Marco de Licencia de Funcionamiento: Ley N° 28976
- Requisitos de Infraestructura según el Reglamento Nacional de Construcciones.
- Ley de Constitución de Empresas: Ley N° 26935, Ley sobre Simplificación de Procedimientos para - Obtener los Registros Administrativos Sectoriales para el inicio de Actividades de las Empresas.
- Reglamento de Establecimiento de Hospedaje Decreto Supremo N° 029-2004 – Anexo N° 01Mincetur.
- Ley de Protección y Defensa del Consumidor – N° 29571.
- Reglamento de la Ley de Normas de la Publicidad en Defensa del Consumidor – Decreto Legislativo N° 691.

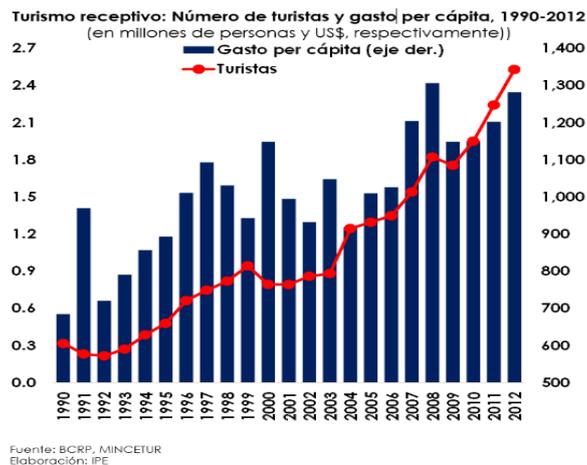
2.1.1.2 Factores Económicos:

Según la Organización de las Naciones Unidas, la relación entre el turismo, el desarrollo económico y la reducción de la pobreza no es automática, en realidad, depende de que el turismo genere oportunidades de empleo, encadenamientos, especialmente con los sectores proveedores de servicios y estimule el desarrollo de la infraestructura, como carreteras e instalaciones portuarias, aeroportuarias, y la prestación de servicios financieros que benefician a la economía nacional. En ese sentido, no basta con tener una mayor afluencia de turistas

extranjeros, sino que es necesario que estos estén dispuestos a gastar mayor cantidad en productos o servicios, ayudando así, al desarrollo del círculo virtuoso de la economía. De esta manera, según Banco Interamericano de Desarrollo (BID) el aporte de las actividades de turismo al producto (8%) podría llegar a 10% en 2021 y representar la principal fuente de generación de divisas en el país.

En el grafico se puede apreciar que entre los años 1990 y 2012, la cantidad de turistas extranjeros creció a un ritmo promedio anual de 9.9%; mientras, su gasto per cápita lo hizo a una tasa de 2.9%. Es decir, cada año el Perú ha recibido más turistas y, en promedio, cada uno de ellos ha gastado más que el año anterior. Adicionalmente, se observa que la crisis financiera internacional afectó negativamente al sector: en 2009 el gasto per cápita y el número de turistas se redujeron en 12% y 3%, respectivamente. Sin embargo, mientras que el gasto per cápita aún no recupera el nivel pre-crisis, el flujo de turistas se recuperó rápidamente y a una velocidad superior al período pre-crisis.

GRAFICO N° 4: CRECIMIENTO DE TURISTAS EXTRANJEROS



En el corto plazo, la demanda interna viene mostrando un buen desempeño, mejor que el esperado, y los indicadores adelantados apuntan a que este dinamismo se mantendrá en lo que resta del año, de manera que la expansión del PIB se ubicará alrededor del 6% en 2012. Para el próximo año, la continuidad de grandes proyectos de inversión y el inicio de otros nuevos le seguirán dando soporte al producto, y junto con el aumento del gasto social y los incrementos de remuneraciones que se darán en el sector público según lo que se desprende del presupuesto para 2013 sugieren que el crecimiento en 2013 será de 5,6%. A partir de 2014 empezarán a entrar en fase de producción los grandes proyectos mineros que actualmente se encuentran en construcción. Ello dinamizará no solo al sector minero, sino también a las actividades vinculadas. El crecimiento económico en el medio plazo se acelerará entonces de manera transitoria, con un ritmo promedio anual cercano a 6% hasta 2016, el que se apoyará más en el sector exportador.

El crecimiento del PBI fue producto de la evolución favorable de las actividades: construcción (11,9%), seguida de financiera y seguros con 7,0%; agricultura, caza y silvicultura (6,6%), transporte y comunicaciones (6,6%), restaurantes y hoteles (6,5%), servicios prestados a empresas (6,2%), comercio (5,0%), electricidad y agua (4,8%), otros servicios (4,8%) y servicios gubernamentales que subieron en 4,7%.

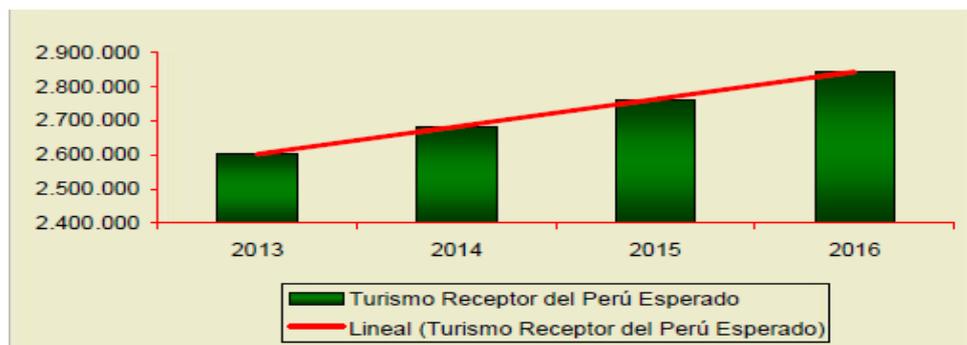
EL Sector Restaurantes y Hoteles registró un crecimiento de 6,89% durante el periodo enero – mayo 2013, explicado por el resultado favorable de la actividad de Restaurantes en 6,54% y Hoteles en 9,4%. El crecimiento en el rubro hotelero estuvo determinado por el aumento del servicio de hospedaje demandado por los turistas nacionales y extranjeros, según el Informe Técnico Producción Nacional – Mayo 2013 del Instituto de Estadística e Informática. (INEI).

GRAFICO N° 5: DESARROLLO RUBRO HOTELERO



Según el Diario Gestión; la Inversión Hotelera en Perú ascenderá a US\$ 1,761 millones en el año 2015 impulsado por el mayor flujo de Turistas.

GRAFICO N° 6: TURISMO RECEPTOR DEL PERU ESPERADO 2013-2016



Fuente: BADATUR - OTP
Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

2.1.1.3 Factores Políticos:

Perú es una República Constitucional integrada por 13 regiones, 24 departamentos, 191 provincias, 1.808 distritos y una Provincia Constitucional.

El Perú destaca en ambiente corporativo, que mide factores como ambiente de impuestos y trabajo, acceso a capital para emprendedores y libertad económica.

El Perú tiene el mejor ambiente político, según el Estudio del Semanario Latin Business Chronicle (LBC) que mide factores como política económica del gobierno, estabilidad política, libertad política, independencia judicial, transparencia y derechos a la propiedad privada.

Gracias al apoyo y las medidas que toma Gobierno de Ollanta Humala los inversionistas pueden tener mayor apoyo al iniciar un negocio, logrando detener la desaceleración económica del País. Entre las medidas que toma el Gobierno podemos resaltar los Nuevos criterios de calificación del Fondo de la Inversión Pública Regional y Local, para acelerar la entrega de permisos y licencias municipales.

Debido al constante progreso económico acaecido durante los últimos años, La Libertad se ha convertido en un importante destino de distracción y consumo en la costa norte del Perú. Actualmente viene consolidando inversiones y proyectos destinados a centros comerciales, departamentos e infraestructura turística sofisticada. La Libertad refleja un crecimiento en mercado laboral en expansión y mayores poderes adquisitivos permitiendo mayor turismo local.

El Gobierno Regional de la Libertad aprobó el Proyecto de Rehabilitación y Mejoramiento a nivel de carpeta Asfáltica en Caliente, permitiendo la rehabilitación de la carretera, el establecimiento y desarrollo de varios centros poblados dedicados, principalmente, a actividades

mineras, agrícolas y comerciales orientada mayormente al autoconsumo de la población y el excedente es comercializado en los mercados zonales y extra-regionales, desarrollando además la actividad pecuaria en forma complementaria, como es el caso de Agallpampa, Yamobamba, Quiruvilca y Shorey, con el consiguiente beneficio económico a la zona de influencia ubicada a lo largo de la vía. La población beneficiada asciende a 459,302 habitantes. Esta obra se efectuara para OTUZCO - CALLACUYAN (ALTO CHICAMA) (70,9 Km.).Obra en Ejecución con estimación de término Febrero 2014.

También podemos apreciar en las fotos, las obras que están realizando:

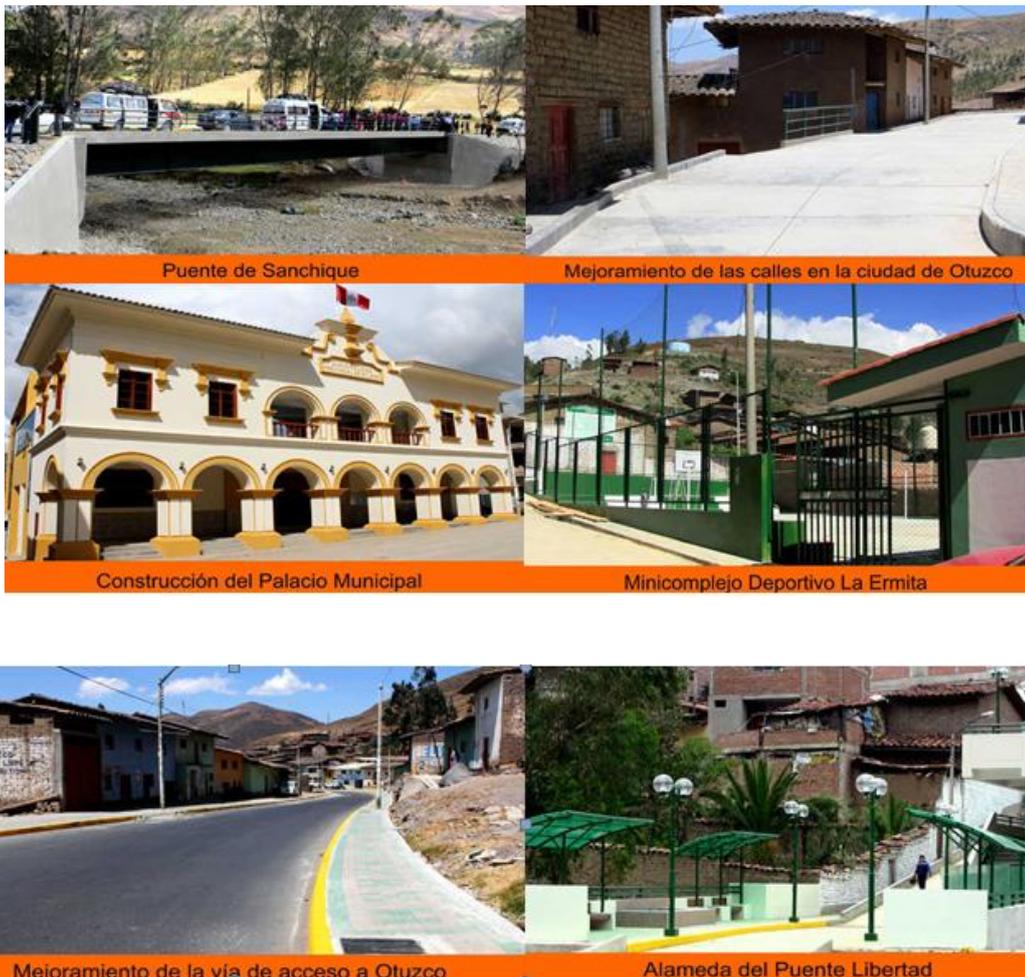
FIGURA N° 5 MEJORAS EN LA CIUDAD DE OTUZCO:



Fuente: Elaboración Propia



FIGURA N° 6: OBRAS EJECUTADAS



2.1.1.4. Factores Demográficos:

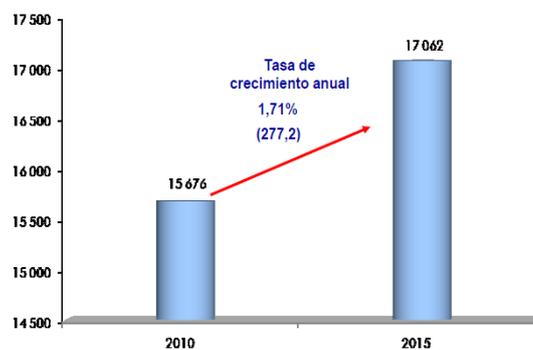
Este factor es importante para los resultados de la actividad turística, estudiando todos los aspectos de la población. Según (INEI), Instituto Nacional de Estadística e Informática, estimo que el 30 de junio del 2013, habían 30 millones 135 mil 875 personas en nuestro país. También menciono que en el período del año 2005 a 2020, el Perú posiblemente crecerá de 27,2 a 31,3 millones.

Se estima que la Población Económicamente Activa (PEA), en el año 2010 alcanzó a 15 millones 676 mil 329 personas, que representan el 53,2% de la población total. En el período 2010 -2015 se estima que la oferta laboral aumentaría a un ritmo de aproximadamente de 277 mil personas por año, con una tasa de crecimiento promedio anual de 1,71% (superior al de la población total 1,37%). La población económicamente activa ascendería a más de 17 millones de personas en el año 2015.

Es importante mencionar, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática el Perú año 2013, tenemos 30 millones 475 mil habitantes y cada año nuestra población se incrementa en 339 mil personas. Se proyecta que al año 2021 el Perú alcanzará los 33 millones 149 mil habitantes.

GRAFICO N° 7: TASA DE CRECIMIENTO

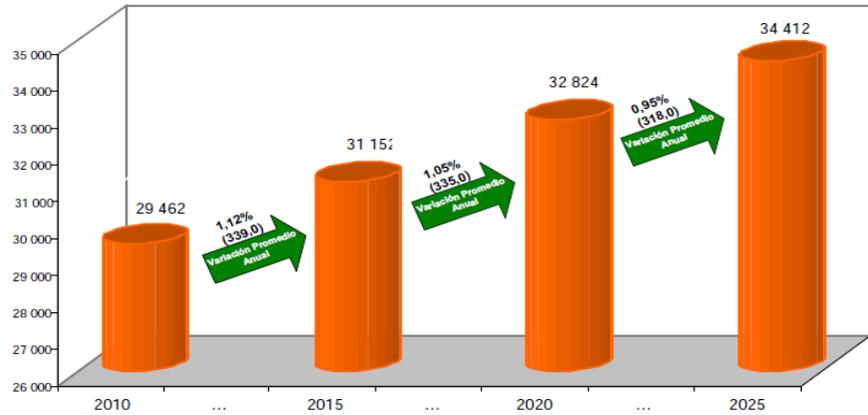
PERÚ: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA PROYECTADA Y
TASA DE CRECIMIENTO, 2010 Y 2015
(Miles de personas)



Fuente: INEI (Instituto Nacional de Estadísticas e Informática)

GRAFICO N° 8: POBLACIÓN PROYECTADA

PERÚ: POBLACIÓN PROYECTADA, 2010, 2015, 2020 Y 2025 (Miles)



Fuente: INEI-Estimaciones y Proyecciones de Población, 1950-2050, Boletín de Análisis Demográfico N°36

La Libertad constituye un amplio escenario turístico por su diversidad de recursos, población; cuenta con una naturaleza geográfica, escenarios históricos, desarrollo cultural, agroindustrial y empresarial. Sin embargo, en las últimas décadas ha aumentado considerablemente su población en Turistas nacionales, extranjeros y Minería.

2.1.1.5. Factores Climáticos:

La ciudad de Otuzco y su Comarca se encuentra dentro del tipo de clima seco, desértico y sin lluvias durante el invierno.

Sus temperaturas anuales varían entre los 13° y 15° grados centígrados. Vale mencionar que en éste lugar llueve en invierno y por lo demás sólo es verano.

El Clima no sólo es el producto de sus elementos sino también de los factores de clima, así como la latitud, la distribución de las aguas y tierras como la altitud, las

barreras montañosas, los centros semi permanentes de las altas y bajas presiones, las corrientes oceánicas, etc.

Actúan de manera diferente sobre los elementos y al combinarse con ellos de distintos modos producen variaciones de temperatura, del tiempo y diferenciación de climas, el resultado de estas relaciones se expresan en estaciones y climas diferentes sobre la superficie del Perú y del Mundo.

El clima que engloba en la ciudad de Otuzco es el clima templado que se caracteriza por su invierno seco. En este clima las lluvias se distribuyen en las cuencas de río Moche de la siguiente manera:

Verano: 200,8 mm que es 47,2% Otoño: 67,6 mm que es el 15,8%, siendo abril más lluvioso que febrero y junio, tan seco como julio: Invierno 26,8 mm o sea el 30,6% del total promedio anual que es 425,4 mm. La temperatura media es 13 grados centígrados.

FIGURA N° 7: CLIMA DE OTUZCO



2.2. Investigación de Mercado:

2.2.1. Metodología Utilizada:

Para recopilar los datos necesarios se realizará una investigación de campo para saber el porcentaje de ocupación real de los establecimientos hoteleros en Otuzco, para analizar las expectativas, opiniones y preferencias del cliente consumidor.

También usaremos el método de la encuesta, la misma que ayudará a recopilar datos de los turistas, que les gusta viajar, realizar negocios o en busca de placer, cuyas opiniones revelarán la información más valiosa para este proyecto.

Cálculo del tamaño de la Muestra:

$$N = \frac{\frac{z^2 * N * p * q}{2}}{[e^2 * (N-1)] + \frac{z^2 * p * q}{2}}$$

N=Tamaño de la población (27, 373)

z = Valor estadístico asociado a un nivel de confianza 95% (**1.96**)

p = probabilidad de aceptación del estudio (**50%**)

q = probabilidad de rechazo del estudio (**50%**)

e = margen de error (**5%**)

$$n = \frac{(1.96)^2 * 27,373 * (0.50) * (0.50)}{(0.05)^2 * (27,373 - 1) + 1.96^2 * (0.50) * (0.50)}$$

$$(0.05)^2 * (27,373 - 1) + 1.96^2 * (0.50) * (0.50)$$

N = 379 Personas.

2.2.2. Fuentes de Información:

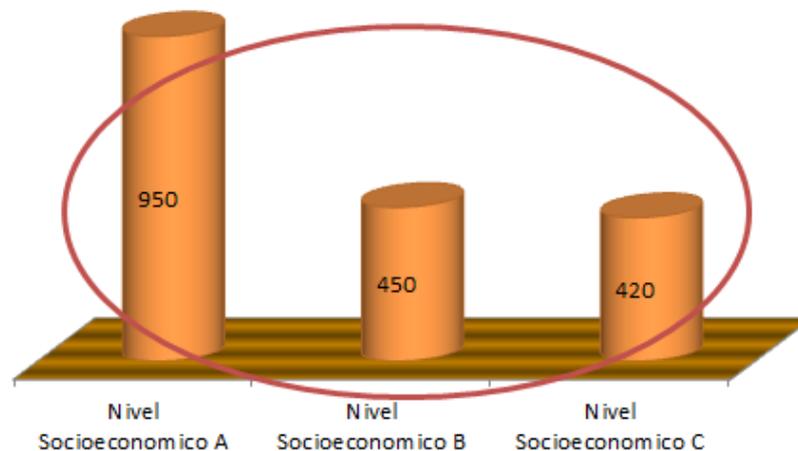
La Fuente de Información utilizada para iniciar el proyecto fue específicamente Secundario para obtener información general acerca de los factores que intervienen en el estudio del proyecto.

Para mayor sustento de estos factores se procedió al análisis de información desde la fuente Primaria a través de la metodología propia.

2.2.3. Definición y Caracterización del Cliente y/o Consumidor:

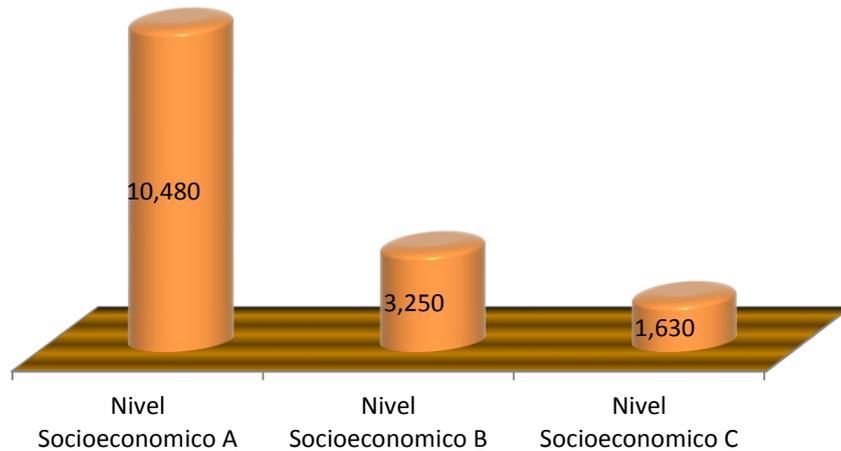
Nuestro cliente potencial son aquellas personas que oscilan entre las edades de 25 a 65 años, que no tengan problemas de presión alta o problemas cardiacos, que cuenten con una buena salud para lidiar con el clima de la ciudad de Otuzco, y poder adquisitivo.

GRAFICO N° 9: PROMEDIO DE GASTO



Fuente: Según Informe el Diario “Gestión”, revisado el 09.12.14

GRAFICO N° 10: INGRESO POR PERSONA



Fuente: Según Informe del Diario “Gestión”, revisado el 09.12.14

2.2.4. Segmentación

Para el presente proyecto de inversión se ha considerado ciertos indicadores que nos permita segmentar a nuestro mercado permitiéndonos encontrar nuestro público objetivo y ofreciendo un servicio más personal, logrando así de esta manera fidelizar a nuestros clientes.

Entre los factores más resaltantes e importantes para estudio de mercado se consideraron son los siguientes:

- Población deben ser Turistas nacionales, Turistas extranjeros y Minería Libertenseña.
- Población de los Niveles Socioeconómicos A, B y C que tengan un mayor poder adquisitivo, que les permita realizar frecuentes viajes ya sea para realizar negocios o en busca de placer y/o diversión.
- Población entre las edades que oscilan entre 25 a 65 años.
- Población con costumbres de viajar frecuentemente.
- Población por conocer nuevas costumbres, religiones, festividades, gastronomía y lugares turísticos.

2.2.5. Análisis de la Demanda:

El objetivo de este análisis nos permitirá definir y conocer a nuestro público objetivo, sus exigencias, sus necesidades.

2.2.5.1. Producto Básico, Real y Aumentado

Nuestro producto básico está enfocado en brindar habitaciones cómodas y espaciosas, decoradas con tonos relajantes y naturales, equipadas con un cómodo sofá, dos sillas una mesa, baño confortable que permitan disfrutar de su estancia en nuestro Hotel, convirtiéndolo en un sitio preferencial al momento de elegirnos y de esta manera brindar un descanso placentero en nuestros huéspedes.

El producto Real se basará en el servicio de hospedaje o alquiler de habitaciones la calidad, limpieza, orden, tranquilidad decoración y modernidad, siendo como principal atractivo la ubicación privilegiada que tendrá nuestro Hotel.

El Producto aumentado está enfocado en el registro rápido de entrada y salida de los huéspedes, para diferenciarnos de otros lugares de descanso, brindaremos un servicio selecto de comidas en los horarios de mañana, tarde y noche para nuestros clientes, una rápida atención en el área de conferencia para reuniones de trabajo, un guía de turismo especializado en los atractivos turísticos del lugar y un personal especializado en idiomas desempeñándose en las diferentes áreas del hotel, logrando un valor y diferenciación con la competencia.

2.2.5.2. Demanda Histórica y Actual:

Según datos de la Dirección Regional de Industria y Turismo de la región La Libertad, el crecimiento en el rubro de servicios de alojamiento fue del 6.8% debido a la mayor capacidad adquisitiva de la población y las facilidades que dan el gobierno para viajar aprovechando los feriados largos.

Según la página web de Mincetur e INEI las estimaciones y Proyecciones de Turistas Nacionales son de 82, 949 personas y Turista Extranjeros son 10,451 personas.

TABLA N° 01: FRECUENCIA DE USO DEL SERVICIO

SEGMENTACIÓN		
(En números de consumidores por año)		
AÑO	Turistas Nacionales Extranjeros	Población que viajan a Otuzco
2014 %	82,949 100.00%	27,373 33%

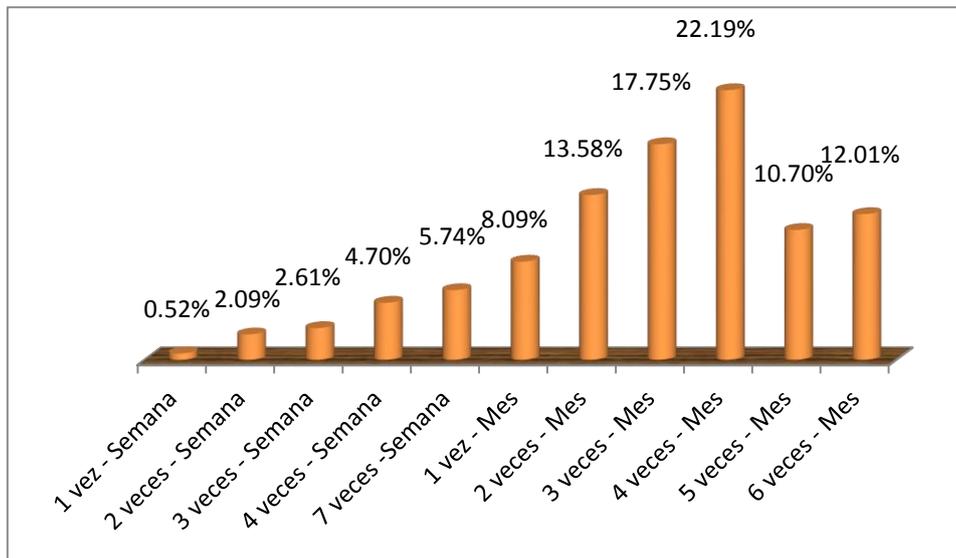
Fuentes: INEI - Estimaciones y Proyecciones de la Población
Mincetur - Programa de Estadística y Estudios Laborales

TABLA N° 02: DETERMINACIÓN DEL FACTOR DE PONDERACIÓN

¿Con qué frecuencia visitaría el hotel?	Cantidad	Porcentaje	Al año
Semana 1 vez	2	0.52%	52
Semana 2 veces	8	2.09%	104
Semana 3 veces	10	2.61%	156
Semana 4 veces	18	4.70%	208
Semana 7 veces	22	5.74%	364
Mes 1 vez	31	8.09%	12
Mes 2 veces	52	13.58%	24
Mes 3 veces	68	17.75%	36
Mes 4 veces	85	22.19%	48
Mes 5 veces	41	10.70%	60
Mes 6 veces	46	12.01%	72
	383	100.00%	73.55

Fuente: Según Datos de Encuesta

GRAFICO N° 11: FRECUENCIA DE USO DE SERVICIO



Fuente: Según Datos de Encuesta

TABLA N° 03: DEMANDA PRESENTE /EN SERVICIOS

DEMANDA PRESENTE		
(En servicios al año)		
Usuarios		
Personas		27,373
Frecuencia		73.55
Demanda Anual Presente		2,013,179

SERVICIOS

2.2.5.3. Variables que Afectan a la Demanda

Las variables resaltantes que afectan la demanda considerablemente son las siguientes:

Estacionalidad:

El clima de la provincia de Otuzco se caracteriza por un periodo de máxima precipitación en los meses de setiembre y marzo y de baja pluviosidad en los meses de abril a agosto en donde se aprecia mayor demanda de turistas.

Presenta un cuadro climatológico muy variado, Clima desértico semicálido. Posee una temperatura promedio de 15 grados centígrados Clima templado

Otuzco muestra características similares a la de otros ámbitos de la serranía peruana, encontrando los siguientes cerros: “Chologday”, a 3300m.s.n.m., el cerro Huasgatap, Pinit, Urpillao y otros. Sin embargo su relieve accidentado o de fuerte topografía se da por tres grandes líneas o formas definitorias de su relieve, como son: divisorias de aguas, los valles interandinos y las mesetas.

FIGURA N° 8: CERROS DE LA CIUDAD DE OTUZCO

Elaboracion Propia



Es importante mencionar la vegetación que está conformada por: árboles, arbustos y vegetación herbácea. También indicar las principales especies nativas existentes son: zarzamora, retama, sauco, maguey, tuna.

Entre las principales especies exóticas se tiene: eucalipto, pino y ciprés, que son atractivos en los turistas y apropiado para realizar las caminatas a los diversos pueblos y cerros de la ciudad y visualizar los hermosos paisajes que ofrece la ciudad de Otuzco.

FIGURA N° 9: ESPECIES EXÓTICAS



Elaboración Propia

Diversidad de Atractivos Turísticos:

Pintoresca ciudad de Otuzco tiene las calles estrechas y viviendas elevadas, de puertas anchas y techos de tejas está rodeada por un hermoso paisaje andino en el que resaltan la quebrada de Tupillo, el río Pollo y la loma de La Ermita. Otuzco es muy visitada porque alberga a la Virgen de la Puerta, patrona del lugar.

Baños Termales de Huaranchal, que han sido reconocidos por sus propiedades curativas y relajantes. El calor de sus aguas es capaz de transmitir un momento de sosiego y relajación a todo aquel que se sumerja en ellas.

Catarata la Paccha, se encuentra en el distrito de Huaranchal, se trata de una hermosa caída de agua de cincuenta metros de altura que brota del río Infernillo.

Acerca de las celebraciones de la provincia, en esta destaca la Fiesta del Señor de los Milagros que se lleva a cabo con gran entusiasmo en el distrito de Huaranchal por los días 22 al 25 de Junio, en los cuales devotos llegan de distintas partes de la provincia para participar del culto, y los distintos eventos programados, entre los

que se encuentran corridas de toros, procesiones, quema de castillos, bailes sociales, entre otros

GRAFICO N° 11: MAPA DE LA PROVINCIA DE OTUZCO



Es importante mencionar que Salpo, es una zona donde se desarrolla la actividad minera en mayor escala (Minería Artesanal).

Una característica principal de la provincia de Otuzco son las costumbres y tradiciones como:

TABLA N° 04: CALENDARIO TURÍSTICO PROVINCIAL

Fiesta Patronal	Fecha
Fiesta de las Piedritas o de las Virgenes de la Providencia(Otuzco)	13 de Enero
Fiesta de las Cruces (Sinsicap)	04 de Mayo
Aniversario de la Providencia (Otuzco)	25 de Abril
Fiesta de San Isidro Labrador (Otuzco)	15 de Mayo
Fiesta de Santa Rita de Casia (Otuzco)	22 de Mayo
Fiesta de San Antonio (Otuzco)	13 de Junio
Fiesta de Jesus Nazareno (Paranday)	1° y 2° semana de Junio
Fiesta de Jesus Nazareno (Agallpampa)	20 de Junio
Dia del Campesino Otuzcano (Otuzco)	24 de Junio
Fiesta del Señor de los Milagros (Huaranchal)	26 de Junio
Fiesta de la Virgen del Carmen (Charat)	23 de Julio
Fiesta de Cristo Rey (Mache)	06 de Agosto
Virgen de la Asuncion (Usquil)	17 de Agosto

Fiesta de Santa Rosa de Lima (Otuzco)	30 de Agosto
Fiesta del Sr. De la Misericordia (La Cuesta)	15 de Septiembre
Virgen de la Mercedes (Salpo)	25 de Septiembre
Coronacion a la Inmaculada Virgen de la Puerta (Otuzco)	27 de Octubre
Fiesta Patronal de la Inmaculada Virgen de la Puerta (Otuzco)	15 de Diciembre

Accesibilidad:

A ello debemos agregar el mejoramiento de la Vía de acceso a la ciudad de Otuzco, la misma que consta de una carretera asfaltada y apropiada para el tránsito de todo tipo de vehículos, siendo la misma de vital importancia, para el desarrollo de actividades sociales, económicas, culturales y turísticas, ya que se cuentan con vías más seguras, disminuyendo los tiempos de viaje que anteriormente se hacían en carretera de trocha que duraban aproximadamente 3 horas, ahora en la actualidad con el mejoramiento de las carreteras dura el viaje a Otuzco una hora y media aproximadamente, de esta manera lograremos potenciar la intercomunicación y comercialización de los productos y servicios provenientes de las actividades agrícolas, mineras y turísticas. Todo ello se manifiesta en el incremento de turistas por feriados largos, festividades o algún evento importante en la ciudad de Otuzco, captando a un gran número de visitantes que les agrada degustar la tradicional comida como el jamón con yuca, el cuy frito, y a venerar a la Virgen de la Puerta.

FIGURA N° 10: TRADICIONES



Fuente: Elaboración Propia

Es importante mencionar que la Libertad se caracteriza porque quienes cocinan tienen una excelencia sazón.

En esta zona de la sierra destacan las variedades como el seco de cabrito, la sangrecita, también hay otros potajes como el Shambard, sopa de trigo pelado con carne de res y de chancho.

Otro plato típico es la cecina, una carne secada al sol; el guisito de chocho con papa y carne de cerdo, que pueden degustar los turistas en la ciudad de Otuzco

FIGURA N° 11: PLATOS TÍPICOS DE LA CIUDAD DE OTUZCO



Fuente: Elaboración Propia

Calidad de Servicio:

Esta variable es la más determinante para la elección del huésped, por ello debemos tener en cuenta estos puntos: cortesía, amabilidad, tiempo de espera, dedicación del tiempo necesario para el huésped, destreza hacia la solución de los problemas y dar respuesta a las quejas suscitadas en el trabajo.

Es importante mencionar que la recepción ofrece la imagen del hotel, siendo un factor definitivo para lograr la plena satisfacción de nuestros clientes.

Ingresos:

Esta variable nos permitirá observar la capacidad adquisitiva de nuestros clientes; según empresas encuestadas a nivel nacional el 53% de empresas peruana incrementó los sueldos de sus trabajadores durante el año 2014 permitiendo mayor consumo en adquisiciones, viajes y turismo.

Cabe resaltar que el Perú está pasando por una situación económica estable que favorece el ámbito turístico; promoviendo que se construyan más hoteles y que se realicen grandes cambios en el país, como mejoramiento de carreteras e infraestructura de las ciudades.

Cantidad de Proyectos a ejecutar:

Según nuestra investigación la municipalidad de Otuzco ha mejorado sus áreas en los 2 últimos meses como: desarrollo económico, desarrollo urbano, desarrollo turístico, obras e infraestructuras, desarrollo rural; con la finalidad de promover el turismo y mejorar las carreteras, de esta manera anexando los distritos, recomponiendo museos arqueológicos, apoyando a los artesanales, agricultores, ganaderos y población en general. Con la finalidad de incrementar su calidad de vida y hacer de Otuzco una ciudad hermosa y diferente a las demás, logrando mejorar sus servicios, infraestructura y economía de la ciudad.

2.2.5.4. Demanda Proyectada

Para realizar la demanda se decidió proyectar en un horizonte de 5 años. Para ello se procedió primero en segmentar el mercado del siguiente modo. Primero se segmentó por el porcentaje de las personas entre las edades de 25 a 65 años. Como segundo punto de segmentación Turistas Nacionales, Extranjeros y Minería

que viajan a Otuzco. En tercer lugar se tomó como variable de segmentación los NSE A, B y C; mercado interesado en conocer la Sierra de la Libertad.

Y por último y el más importante se segmentó por el porcentaje de personas que su razón de viaje a la ciudad de Otuzco es por Trabajo (comisiones).

2.2.6. Análisis de la Oferta

El análisis de la oferta medirá los servicios que ofrece nuestra competencia, como también sus fortalezas a nuestro consumidor hotelero; observando la disposición del mercado a un precio determinado.

2.2.6.1. Identificación de la Competencia:

- Competencia Directa:
Nuestra Competencia Directa son todos aquellos negocios que resaltan en la ciudad de Otuzco, brindando moderna infraestructura y buena ubicación.

Es importante conocer su análisis FODA para poder fijar sus posturas comerciales y promocionales, tomando en cuenta que nuestros competidores son pequeñas y medianas empresas.

Nuestra competencia es reconocida por los habitantes de la ciudad y turistas encuestados, los hoteles mencionados cuentan con internet, y servicios básicos. Es considerada como lugares de descanso; no cuentan con un auditorio, cafetería, guía de turismo, restaurante, lavandería, movilidad; esto nos permitirá ser reconocidos y diferenciados en la ciudad de Otuzco y en el mercado Hotelero.

- Competencia Indirecta

En la ciudad de Otuzco se puede encontrar diversidad de Hospedajes que no cumplen con las medidas de higiene e infraestructura. Podemos considerar que estos lugares son nuestra competencia indirecta al brindar servicio de habitación, buscando satisfacer las mismas necesidades de forma diferente y con servicios sustitutos.

2.2.6.2. Oferta Histórica y Presente.

Otuzco empezó a partir de 1551, como una doctrina independiente de Huamachuco. Hacia finales del siglo XVI, Otuzco pasó a ser doctrina de asiento desde donde atendían a varios pueblos cercanos.

Teniendo en cuenta la exquisita devoción de los Agustinos a la Virgen, nada de extraño es que en su convento de San Agustín dedicasen especialísimo culto a la Inmaculada Concepción, cuya imagen estaba en el Altar Mayor de la Iglesia.

Por costumbre, los Agustinos solían tener una imagen de la Virgen en la portería de todos sus conventos. Según la tradición, al de Otuzco fue obsequiada por una familia arequipeña, que la había mandado labrar en Venezuela.

Esta imagen suplía a la principal de la iglesia para las procesiones y cultos de menor categoría, por lo que se le llamaba la INTER DE LA INMACULADA CONCEPCION.

Sin duda por sus muchos y grandes milagros, fue la Inter la que se ganó la devoción popular. Con el correr de los años, de la portería pasó a ser venerada en lo alto de la Puerta de la iglesia con frente ala Plaza Principal, de donde tomó el actual título de la Virgen de la Puerta.

Con el correr de los siglos, Otuzco se transforma en una hermosa Villa de paso y de posada para los viajeros de Trujillo a Huamachuco y demás pueblos del interior y viceversa; es por ello que la ciudad de Otuzco representa la creencia y devoción cristiana de nuestra virgen de la puerta desde el siglo XVII, esto ha permitido un incremento de turistas y devotos desde aquellos tiempos, teniendo en cuenta que en el rubro de Hotelería y turismo ha sido poco explotado y desarrollado, mediante nuestras encuestas podemos observar que no existen hospedajes que cuenten con las comodidades necesarias para los diferentes clientes que visitan esta ciudad, por negocio o acto religioso.

Según la municipalidad de Otuzco indicó que ha mejorado la infraestructura de los hospedajes en los últimos 10 años, sin embargo no cumplen con los requisitos de obra y urbanismo, ni licencia de funcionamiento para la adecuada protección al consumidor.

Detallaremos algunas fotos de las entrevistas a los encargados de la municipalidad y la falta de infraestructura que hay en Otuzco:

FIGURA N° 12: ENTREVISTAS A LOS ENCARGADOS DE LA MUNICIPALIDAD



2.2.6.3. Variable que Afectan a la Oferta

Las variables más resaltantes que afectan la oferta son los siguientes:

PRECIO

Nuestros precios estarán acorde a la competencia brindando un servicio de calidad a nuestros clientes y teniendo en cuenta los factores que intervienen en su atención, ofreciendo un valor agregado diferente. Consideramos al precio una variable importante, porque permitirá ver nuestra rentabilidad y crecimiento económico.

TECNOLOGÍA

Nuestro sistema contara con un software que permitirá identificar y organizar a nuestros clientes, y a su vez se podrá observar el manejo y control de las actividades que ofrece la empresa.

EL NÚMERO DE PROVEEDORES

Los proveedores que tenga la empresa determinaran que la oferta pueda cumplir con las exigencias de los clientes y lo prometido con el servicio.

2.2.6.4. Oferta Proyectada

Según cifras del Mincetur la oferta en lo que se refiere al servicio de alojamiento creció en la provincia de Otuzco en 11.1% durante el año 2014 y se espera que para el 2015 crezca en 10.8% debido a los atractivos que tiene especialmente en el ámbito religioso.

2.2.7. Dedución del Mercado

2.2.7.1. Proyección del Mercado Potencial, Disponible y Efectivo

TABLA N° 05: MERCADO POTENCIAL, DISPONIBLE Y EFECTIVO

CUADRO N° 02 DEDUCCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

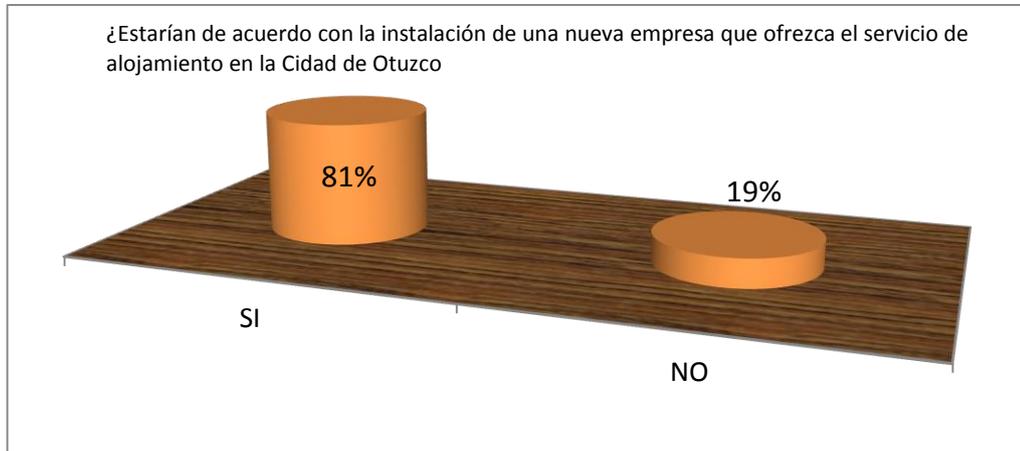
(En productos por año)

ITEM	00	01	02	03	05
Mercado Potencial		2,059,482	2,106,850	2,155,308	2,204,880
Ajuste Pregunta 16 Encuesta		81.00%	81.00%	81.00%	81.00%
Mercado Disponible		1,668,181	1,706,549	1,745,799	1,785,953
Ajuste Pregunta 17 Encuesta		71.00%	71.00%	71.00%	71.00%
Mercado Efectivo		1,184,408	1,211,650	1,239,517	1,268,026

El mercado potencial se obtiene de multiplicar la demanda presente por la tasa de crecimiento de la población durante los 5 años de proyección. Luego el factor del 81% son los encuestados que afirmaron que estarían de acuerdo con la instalación de una nueva empresa que ofrezca el servicio de alojamiento.

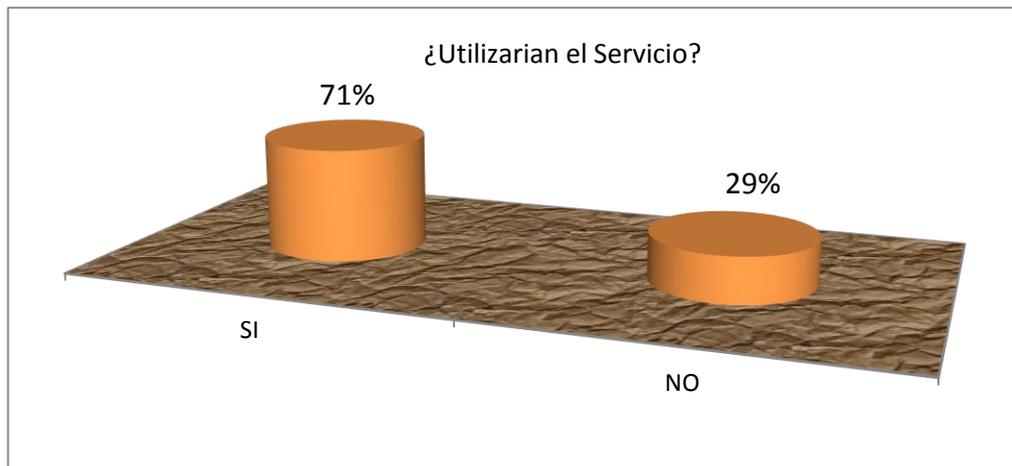
En mercado efectivo se obtuvo de multiplicar el mercado disponible por el 71% que son los encuestados que afirmaron que utilizarían el servicio.

GRAFICO N° 12: MERCADO DISPONIBLE



Fuente: Elaboración Propia según encuesta.

GRAFICO N° 13: MERCADO EFECTIVO



Fuente: Elaboración Propia según encuesta.

2.2.7.2. Mercado Objetivo Proyectado

TABLA N° 06: MERCADO OBJETIVO (SERVICIOS)

DEDUCCIÓN DEL MERCADO META

(En servicios al Año)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
	0	1	2	3	4	5
Mercado Potencial	2,013,179	2,059,482	2,106,850	2,155,308	2,204,880	2,255,592
Demanda proyectada		2,059,482	2,106,850	2,155,308	2,204,880	2,255,592
Ajuste Pregunta 16 Encuesta		81%	81%	81%	81%	81%
Mercado Disponible		1,668,181	1,706,549	1,745,799	1,785,953	1,827,030
Ajuste Pregunta 17 Encuesta		71%	71%	71%	71%	71%
Mercado Efectivo		1,184,408	1,211,650	1,239,517	1,268,026	1,297,191
Factor		0.39%	0.39%	0.39%	0.39%	0.39%
Mercado Meta		4,602	4,708	4,816	4,927	5,040

2.3.1. Marketing Mix Usado por la Competencia

Se considera como punto de estudio los Hoteles mencionados como competencia directa.

2.3.1.1. Calidad Intrínseca:

Iniciamos la descripción del producto que en este caso lo consideramos como servicios de los siguientes Hoteles:

- **Hospedaje Casa Otuzco**

Este hospedaje tiene las mejores instalaciones, ofrece servicios para turistas y personas que llegan a trabajar en la ciudad de Otuzco y alrededores, dentro de los cuales cuentan con habitaciones simples, matrimoniales, dobles y triples.

Cada habitación tiene televisión con cable, baño privado con agua caliente, balcón con vista a la calle principal de la ciudad.

FIGURA N° 13: HABITACIONES DE HOSPEDAJE CASA OTUZCO



- **Hostal los Portales**

Es el primero que tuvo Otuzco y por eso es conocido, brinda una buena atención; cuenta con habitaciones cómodas, ofrece los siguientes servicios: baño propio, agua caliente y fría, cochera y calefacción.

FIGURA N° 14: HABITACIONES DE HOSTAL LOS PORTALES





-
-
-

- **Hospedaje Kiarita**

Este hotel está ubicado a dos cuadras de la plaza de Armas, ofrece habitaciones simples, al momento de ingresar en la recepción brindan los insumos de jabón, shampoo y toalla. Además tienen los siguientes servicios: baño privado, agua caliente y fría.

FIGURA N° 15: INSTALACIONES DE HOSTAL LOS PORTALES



2.3

2.3.1.2. Costo para el Cliente

Los precios encontrados de nuestra competencia directa en realidad son muy similares y sumamente accesibles, por eso se ha considerado que los precios sean justos para nuestros clientes.

- Hostal El Farolito

Los precios por habitación oscilan según el tipo de habitaciones:

- ✓ Habitación Simple: S/ 20 por noche
- ✓ Habitación Doble: S/ 30 por noche.

- **Hostal Los Portales**
Los precios por habitación oscilan según el tipo de habitaciones:
 - ✓ Habitación Simple: S/ 50 por noche.
 - ✓ Habitación Matrimonial: S/ 60 por noche
 - ✓ Habitación Doble: S/70 por noche
 - ✓ Habitación Triple: S/80 por noche
- **Hostal Residencial**
Los precios por habitación oscilan según el tipo de habitaciones:
 - ✓ Habitación Simple: S/ 20 por noche
 - ✓ Habitación Matrimonial: S/ 30 por noche
 - ✓ Habitación Doble: S/ 40 por noche
- **Hostal Comercio**
Los precios por habitación varían según el tipo de habitaciones:
 - ✓ Habitación Simple: S/ 7, S/10 por noche
 - ✓ Habitación Matrimonial: S/ 20, S/25 por noche
- **Hospedaje Casa Otuzco**
Los precios varían de acuerdo a los servicios que ofrece cada habitación:
 - ✓ Habitación Simple: S/60 por noche
 - ✓ Habitación Matrimonial S/70 por noche
 - ✓ Habitación Doble: S/ 80 por noche
 - ✓ Habitación Triple: S/ 90 por noche

2.3.1.3. Conveniencia

- Hostal El Farolito, se encuentra ubicado en la Plaza de Armas, en la Calle Libertad N° 158.
- Hostal Los Portales, se encuentra ubicado cerca a la Plaza de Armas en Jr. Santa Rosa 616 Frente de la Comandancia.
- Hostal Residencial, se encuentra ubicada en Jr. Progreso 653 Ag. Barrio.

- Hostal Comercio, se encuentra ubicado en la calle Tacna 450 Ag. Pueblo.
- Hospedaje Casa Otuzco, se encuentra ubicado en calle Tacna 451 a tres cuadras de la Plaza de Armas.

2.3.1.4. Comunicación

La promoción que realiza nuestra competencia directa lo hace a través de auspicios de eventos en la misma ciudad de Otuzco; también con publicidad de las empresas de Transportes.

Es importante mencionar que algunos hospedajes cuentan con pequeños espacios en las páginas web del internet, y otras se encuentran afiliadas a sitios web, que son guías turísticas del Perú.

2.3.2. Análisis del Mercado Proveedor

Nuestra ventaja competitiva está enfocada en los costos de los insumos, calidad, cantidad que se requieren para llevar a cabo de forma efectiva las operaciones del hotel en todas sus áreas brindando un excelente servicio a nuestros huéspedes; por ello es necesario identificar a los proveedores y sus características.

- Evaluar precios, disponibilidad, descuentos por volumen
- Identificar tipo de productos que ofrece.
- Determinar las condiciones de crédito.
- Identificar la seguridad en la entrega de pedidos.
- Determinar los medios de distribución que utiliza.
- Identificar el tipo de clientes que atiende.
- Determinar las proyecciones del proveedor en el mercado

2.3.2.1. Identificación y Caracterización

Nuestro mercado proveedor nos ofrecerá productos y equipos que implementara de manera integral el servicio Hotelero.

Los productos son adquiridos directamente de fabricantes o distribuidores autorizados que cuentan con el prestigio de ser la mejor marca con los estándares requeridos por el mercado hotelero, mencionando algunos proveedores:

- Equipamiento de Oficina (Industrias e Inversiones Don Lucho, Mueblería Marcvi).
- Equipamiento de Baños (Italgrif, Cassinelli).
- Equipamiento de Restaurante (Distribuidora Raices SAC).
- Alimentos y Bebidas (Roger Ciudad, Rocsa, Tiendas TIA).
- Mantelería.
- Iluminación (Promelsa, Jوسفel, Industrias Jelco – Lima)
- Contenedores y Recipientes (El Rey).
- Decoración (Inmuebles y Negocios SAC).
- Seguridad
- Limpieza (Limpihogar, Promas Inversiones SAC)
- Mantenimiento de las Áreas.
- Insumos de Habitaciones (Inversiones Neyra).

2.3.2.2. Criterios de Selección:

Los criterios para el proceso de selección de nuestros proveedores es el siguiente:

- Analizar el perfil general del proveedor, identificar su actividad, trayectoria, ubicación geográfica, tamaño, experiencia en el rubro, reconocimiento y su cumplimiento con estándares de calidad

- Tener referencias de los clientes, consultar a los clientes actuales y buscar información específica.
- Tener en cuenta la tecnología, infraestructura y logística de los proveedores.
- Solicitar la filosofía y forma de trabajo que son aspectos importantes como la orientación al cliente, la importancia de la calidad, el cumplimiento de plazos, la flexibilidad ante nuevos requerimientos o el grado de informalidad.
- Otro punto importante es el precio y las cuestiones financieras, evaluar las posibilidades de pago y no olvidarse de comparar los requisitos de cobranza del proveedor.

TABLA N° 07: CRITERIOS DE SELECCION

Criterio	Peso
Puntualidad en los tiempos de entrega	25%
Producto y/o servicio de buena calidad	30%
Costo de producto y/o servicio	20%
Valor agregado al producto/servicio	10%
Referencias	15%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia

2.3.2.3. Evaluación y Selección:

A través de una matriz de evaluación se eligió a los proveedores para esta empresa. Siendo: Excelente (6 puntos), bueno (4 puntos), regular (2 puntos), y malo (0 puntos).

2.3.3. Canales y Medios

Los medios de comunicación que tomaremos en cuenta para la trasmisión será el canal: América Televisión por ser una cadena peruana más sintonizado en los últimos años, también

promocionaremos nuestro proyecto por medio de los diarios como: La Industria, por tener gran cantidad de lectores, y contar con una definición más amplia en la diversidad de sectores.

2.3.3.1. Identificación

Nuestro canal utilizado será el Canal Directo, nuestros clientes no tendrán intermediario alguno, contaremos con página web para hacer sus reservas y números telefónicos para cualquier consulta o servicio. Llegaremos a nuestros clientes por medio de radio, promociones con empresas, publicidad y volanteo.

2.3.3.2. Caracterización de Actores según Canal y Medio

Nuestra publicidad estará enfocada con campañas publicitarias en radio, y prensa escrita en páginas impares para tener mayor acogida de nuestros futuros clientes, teniendo en cuenta colores llamativos que atraigan su atención.

2.3.3.3. Condiciones de Acceso

Se tiene previsto que la publicidad sea por los siguientes medios

- **La prensa escrita:** incluye diarios, revistas y publicaciones especializadas.
- **El Internet:** Alquilar espacios publicitarios en sitios web.
- **El teléfono:** Realizar llamadas telefónicas a empresas conocidas para realizar convenios.
- **Instrumentos publicitarios:** letreros, paneles, carteles, afiches, folletos, catálogos, volantes, tarjetas de presentación, calendarios, etc.

2.3.3.4. Criterios de Selección

Nuestro personal encargado deberá contar con los siguientes criterios:

- Debido a la ubicación de nuestro hotel, debemos investigar y analizar a los principales proveedores de la ciudad de Trujillo, tener en cuenta la disponibilidad de entrega en el día indicado, que los productos solicitados lleguen en buen estado y que tengan el stock suficiente para abastecernos cuando se requiera.
- Debemos tener en cuenta con respecto a la forma de pago y la línea de crédito a establecer con los proveedores (crédito a 30 días).
- Debemos tener en cuenta los antecedentes de las empresas que nos proveerán, si tienen recomendaciones y si brindan productos de calidad.
- Es importante tener en cuenta las garantías que nos pueden ofrecer nuestros proveedores.
- Otro criterio fundamental son las variedades de los productos, forma de empaque y el servicio técnico que nos pueden ofrecer a nuestro Hotel.

2.3.3.5. Evaluación y Selección:

TABLA N° 08: SELECCIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

			Cobertura	Costo	Prestigio	Forma de pago	Total
			0.3	0.2	0.3	0.2	
Televisión	Panamericana	Calificación	2	1	1	2	
		Ponderación	0.6	0.2	0.3	0.4	1.5
	América TV	Calificación	2	2	2	1	
		Ponderación	0.6	0.4	0.6	0.2	1.8
Periódico	La Industria	Calificación	2	2	1	2	
		Ponderación	0.6	0.4	0.3	0.4	1.7
	Satélite	Calificación	1	2	2	1	
		Ponderación	0.3	0.4	0.6	0.2	1.5
Radio	RPP	Calificación	1	2	2	2	
		Ponderación	0.3	0.4	0.6	0.4	1.7
	Felicidad	Calificación	2	2	1	1	
		Ponderación	0.6	0.4	0.3	0.2	1.5

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Especificaciones Técnicas del Producto:

Nuestro proyecto “Hotel Tasky” ofrecerá a los huéspedes, habitaciones amuebladas y decoradas con ambientes acogedores, brindando los mejores servicios, contaremos con 35 habitaciones, con una infraestructura moderna, pero siempre estará presente el estilo rustico de Otuzco.

Las habitaciones estarán distribuidas de la siguiente manera: Simples (15), Dobles (10), Triples (5) y Suite (5); que brindaremos al público. Nuestro Hotel tendrá los siguientes servicios: Closet incluido, agua caliente las 24 horas del día, baño privado, cambio de sábanas diarias, los colchones y las almohadas serán de espuma, respecto a la cubrecama serán de polar para el invierno y el personal de housekeeping, será altamente calificado.

FIGURA N° 16: HABITACIONES HOTEL TASKY



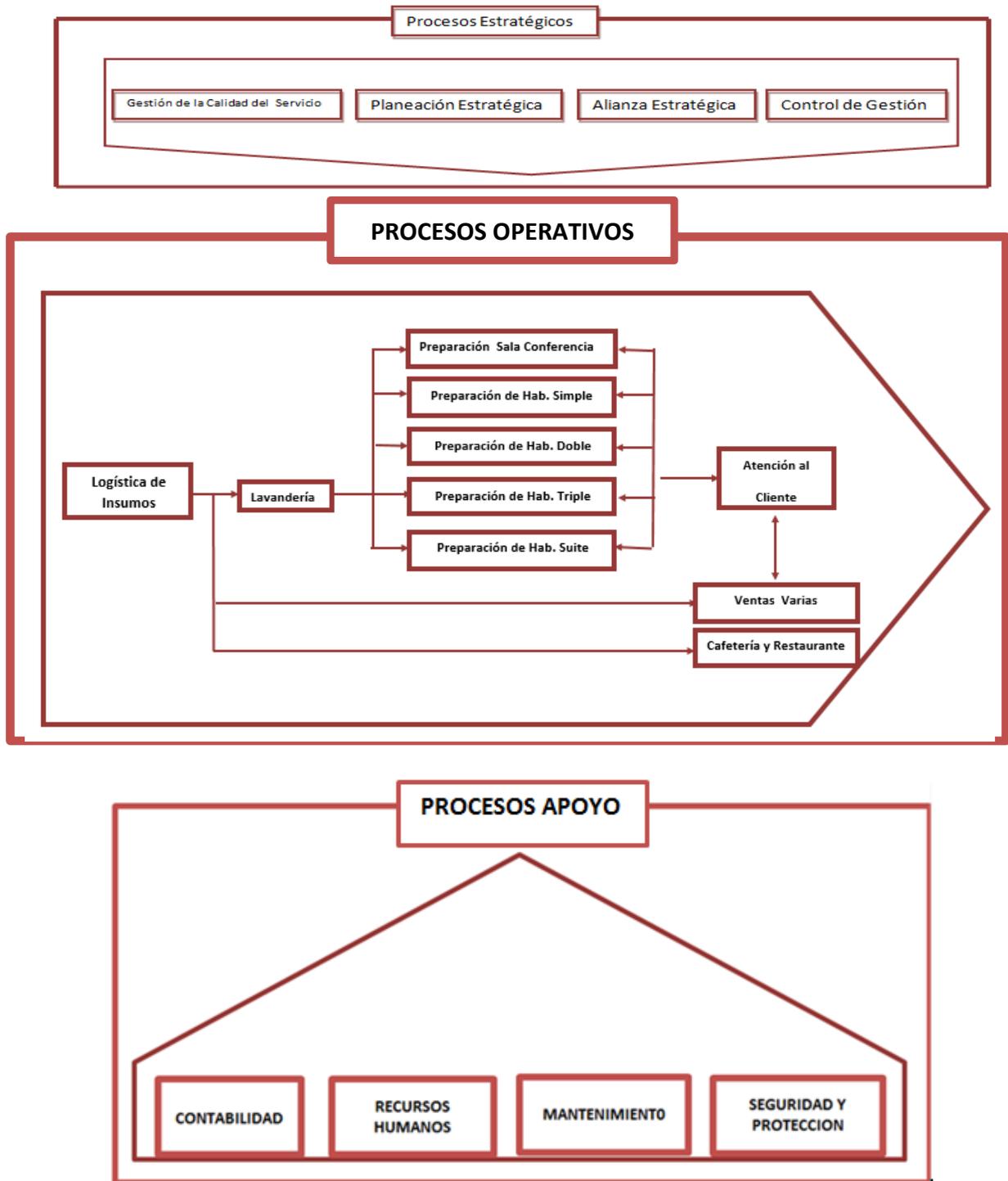
Fuente: Elaboración Propia

3.2. Ingeniería Básica

3.2.1. Descripción de Procesos

3.2.1.1. Mapa de Interacción de Procesos:

MAPA PROCESOS HOTEL TASKY



EXPECTATIVA CLIENTE

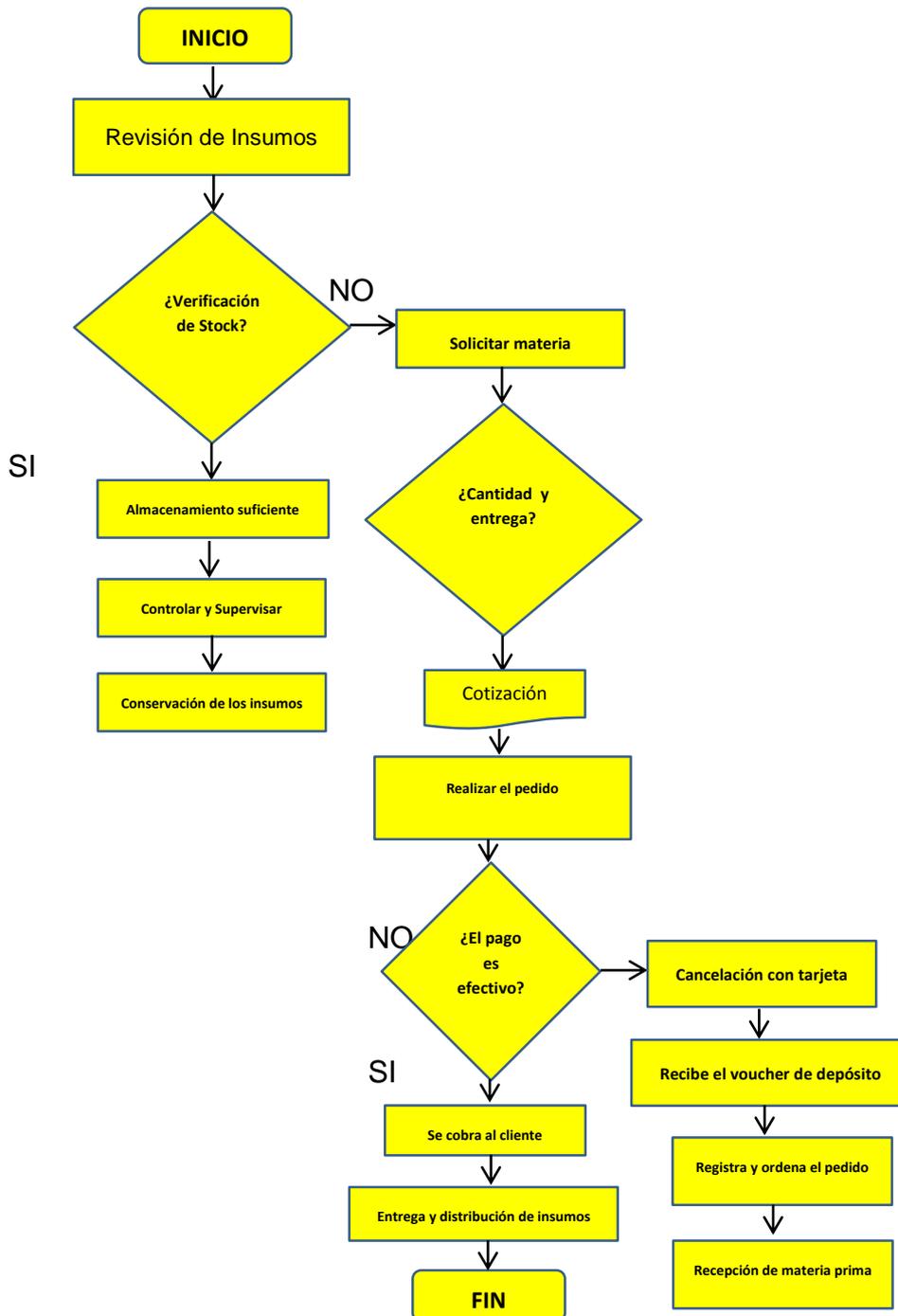
SATISFACCION CLIENTE

.2.1.2. Procesos Principales

Procesos Estratégicos: Procesos que están relacionados con la dirección, se refieren a la política, estrategia, planes de mejora. Que consiguen armonizar los procesos operativos con los de apoyo.

Procesos Operativos: Procesos implicados directamente con la prestación del servicio.

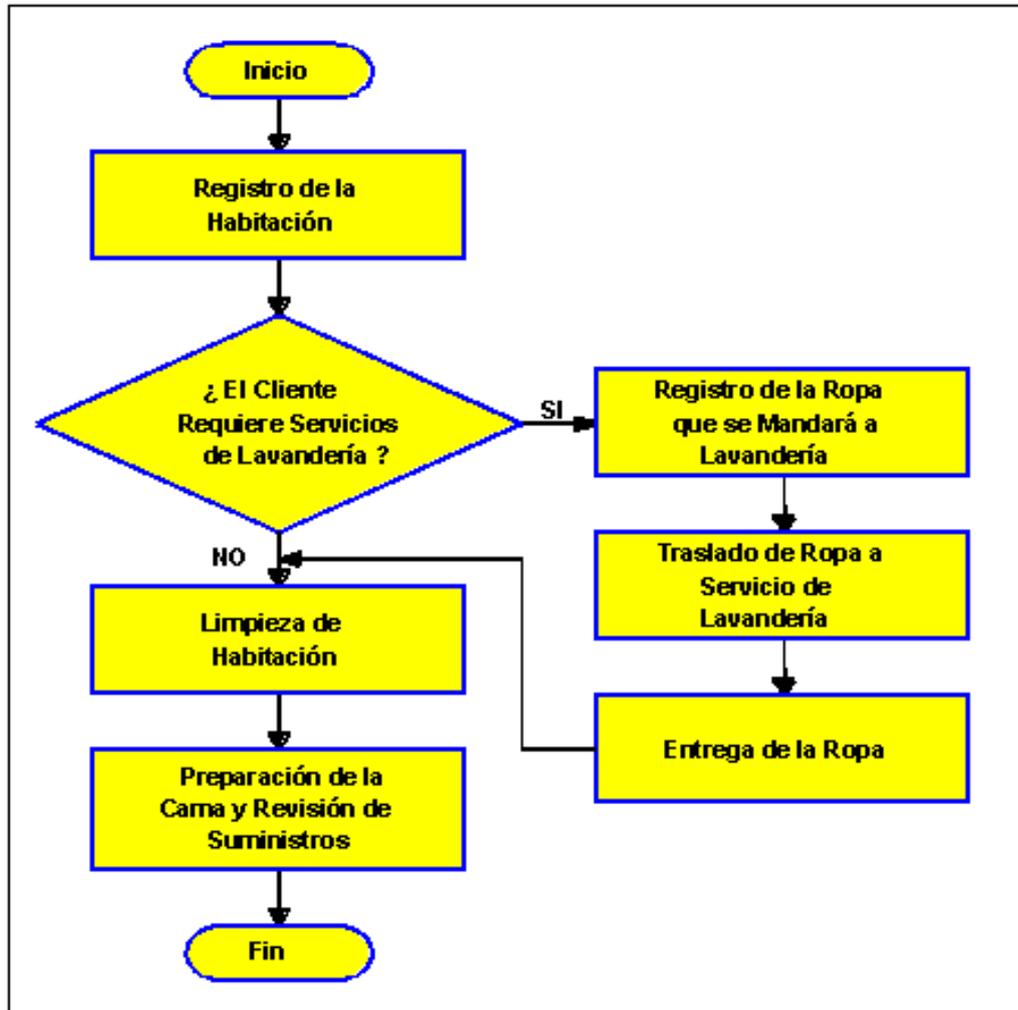
Diagrama de Procesos Operativos de Logística de Insumos



1. **Revisión Insumos:** Diariamente se estará revisando los insumos y verificar que estén en muy buen estado para los clientes que consumirán en el Hotel Tasky.
2. **Verificación de Stock:** Se estará supervisando y controlando los insumos, para conservar y mantener en el almacén.
3. **Almacenamiento Suficiente:** Esto implica la ubicación o disposición de los insumos en el almacén, que es la actividad de guardar, desde que se adquieren hasta que se utilice o entregue al personal autorizado.
4. **Controlar y Supervisar:** Como objetivo de esta actividad debemos plantear el asegurar una cantidad exacta de abastecimiento en el lugar y tiempo oportuno, sin sobrepasar la capacidad de instalación. Con un control preciso y exacto se garantiza un control efectivo de todos los insumos de abastecimiento.
5. **Conservación de los Insumos:** Los insumos se conservaran de acuerdo a la clasificación de las mismas en el lugar adecuado.
6. **Solicitar materia prima:** Realizar el pedido y tiene por finalidad contribuir a la continuidad de las actividades, evitando demoras y verificando la exactitud y calidad de lo que se compra.
7. **Cantidad y entrega:** La cantidad de insumos y entrega se realiza en la fecha acordada por ambas partes (vendedor – cliente)
8. **Cotización:** Es importante adquirir los insumos con precios acorde al mercado, buscando siempre la calidad para nuestros clientes (huésped).
9. **Realizar el pedido:** Consiste en atender los requerimientos del cliente, encargándose de la distribución o entrega de la mercadería solicitada.
10. **El pago es efectivo:** El cliente cancelara por haber adquirido los insumos e efectivo.

11. **Se cobra al cliente:** La persona encargada cobrara al cliente por la compra de adquisiciones, de acuerdo a la cantidad solicitada.
12. **Entrega y distribución de insumos:** Los insumos se entregaran de acuerdo a la negociación pactada, fecha, hora y lugar de entrega.
13. **Cancelación con tarjeta:** El cliente al adquirir los insumos de acuerdo al requerimiento solicitado cancelara con tarjeta.
14. **Recibe el voucher de depósito:** El personal autorizado recibirá el voucher por la compra adquirida para ser atendido a la brevedad posible.
15. **Registra y ordena el pedido:** Al momento de comprar los insumos y de acuerdo a la solicitud del cliente se registra y ordena.
16. **Recepción de materia prima:** El cliente recepciona lo solicitado en el momento oportuno, en la fecha indicada y en buen estado.

Diagrama de Procesos Operativos de Lavandería



Fuente: Elaboración Propia

1. **Registro de la habitación.** Este registro se realiza por las mañanas, a partir de las 8:00 horas. Se revisan las habitaciones, principalmente aquellas en que los huéspedes informan que dejarán ropa para el servicio de lavandería o tintorería.
2. **¿El cliente requiere servicio de lavandería?** En caso de que no se requiera de este servicio se procederá a registrar la ropa que se enviará a la lavandería.
3. **Registro de la ropa que se mandará a la lavandería.** Se toma la ropa de los huéspedes, la cual fue depositada en un lugar especial (cesta de ropa), verificando que la ropa

destinada a este servicio de lavandería o tintorería, esté descrita en la nota correspondiente.

4. Traslado de ropa a servicio de lavandería o tintorería.

Se llevará la ropa a la lavandería o tintorería dejando indicaciones del servicio que se le va a realizar a las prendas y de la hora en que deben estar listas.

5. Entrega de la ropa. El servicio de lavandería y/o de tintorería se entregará en la tarde/noche, limpia y planchada. La mucama la conducirá a las habitaciones de los clientes que hayan requerido de este servicio y hará la entrega, ya sea esa misma noche o al día siguiente, por la mañana.

6. Limpieza de la habitación. La mucama realiza la limpieza de la habitación, cambio de sábanas, fundas de las almohadas y toallas, aspira la habitación y cambia los suministros asignados a la habitación (jabones de mano y de baño, shampoo, gorra de baño, entre otros).

7. Preparación de la cama y revisión de suministros. Se prepara la cama (se tiende la cama) y se deja lista para el arribo del huésped y se revisa que se encuentren en su lugar todos los suministros de la habitación.

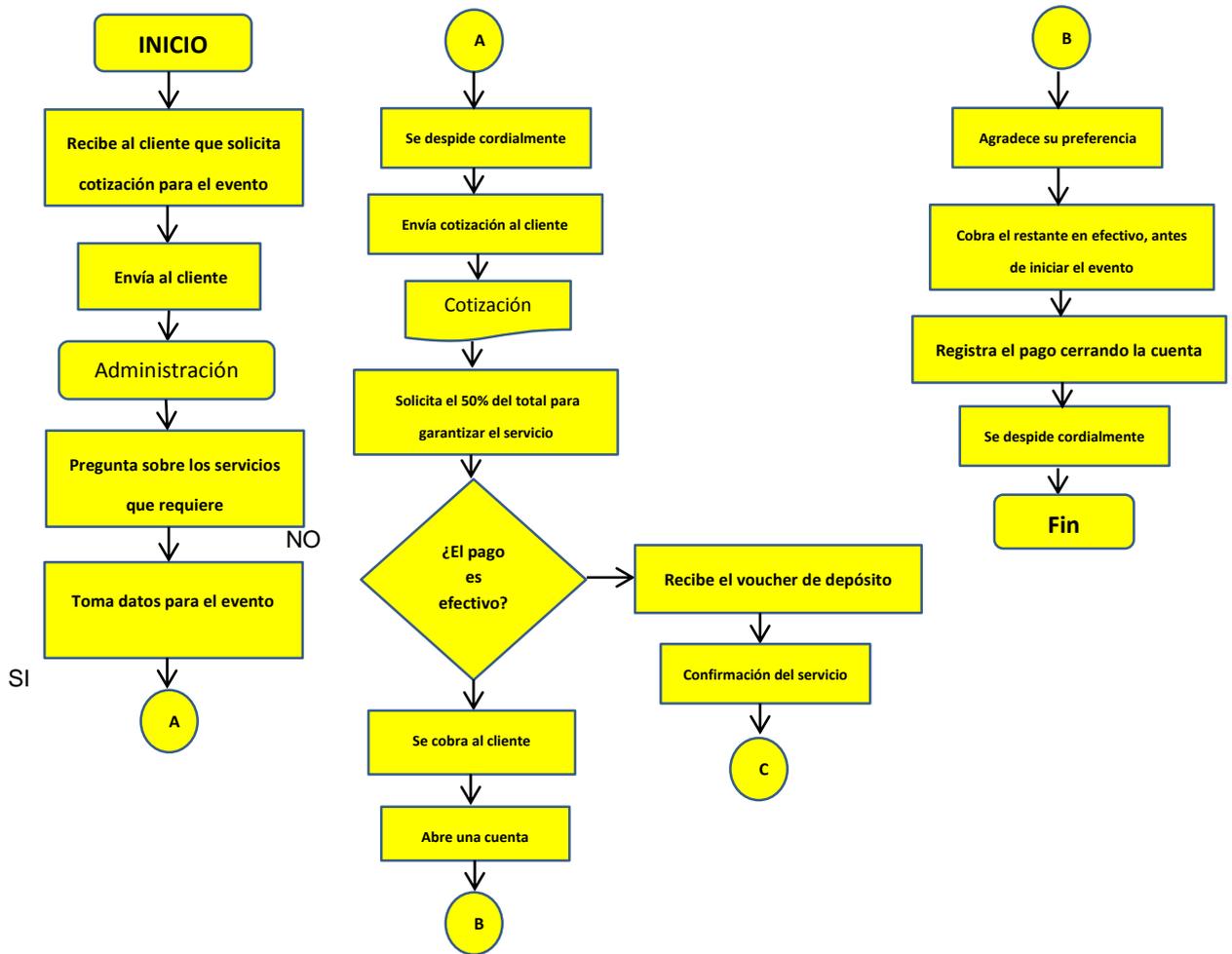
Un día tradicional de operaciones

El servicio que se brinda es a través de un proceso continuo y coordinado, por lo que se deben trabajar tres turnos para atender a los huéspedes.: Primer Turno (7:00 a.m. – 3:00 p.m.), Segundo Turno (3:00 p.m. – 11:00p.m.), Turno Noche (11:00 p.m. – 7:00 a.m.)

Los encargados de las áreas de: mantenimiento y recepción, entre otros, verificarán las necesidades de los clientes hospedados que se requieran para atenderlas de inmediato.

Los empleados en cada turno tendrán una hora para tomar sus alimentos.

Diagrama de Procesos de Preparación Sala Conferencia

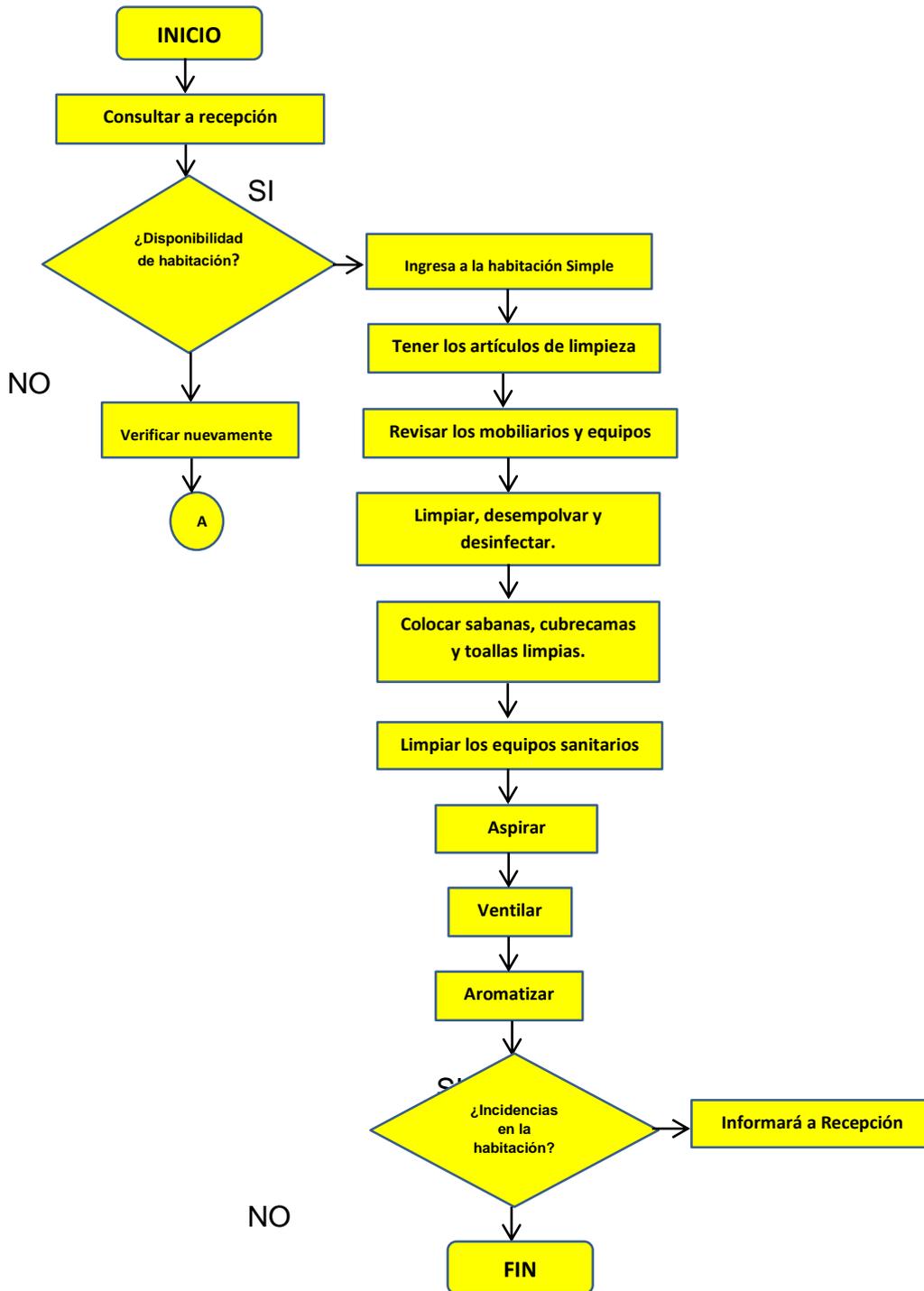


Fuente: Elaboración propia

1. **Recibe al cliente que solicita cotización para el evento:** La recepcionista recibe, envía y confirma la recepción del email solicitado por el cliente. Qué tipo de actividad, que mobiliarios utilizara, fecha y hora, cuantas personas asistirán al evento para cotizar de manera eficiente.
2. **Envía al cliente:** Una vez realizado la cotización y revisado con el administrador se enviara a su correo esperando la confirmación de la misma.
3. **Administración:** Estará a la espera de la confirmación de la respuesta del cliente, en este servicio se brindara un servicio de calidad, seguridad y con un precio acorde al mercado.
4. **Pregunta sobre los servicios que requiere:** El administrador consultara al cliente que servicio requiere para ser atendido con eficacia.
5. **Toma datos para el cliente:** Una vez aceptada las condiciones y suscrito el contrato se tomara los datos del cliente, registrándose en la base de datos.
6. **Se despide cordialmente:** La recepcionista despide cordialmente al cliente con respeto y elegancia.
7. **Envía cotización al cliente:** La recepcionista enviara la cotización por correo electrónico con los requerimientos solicitados por el cliente.
8. **Cotización:** La cotización se enviara de acuerdo a la solicitud del cliente con todas las especificaciones, descripción, cantidad y precio.
9. **El pago es efectivo:** El cliente cancelara en efectivo por el servicio.
10. **Se cobra al cliente:** El personal autorizado cobrara al cliente por el servicio prestado, brindando un comprobante de pago.
11. **Abre una cuenta:** El cliente cancelara por el servicio brindado en la cuenta de la empresa, por el monto establecido en el contrato.
12. **Recibe el voucher del depósito:** El cliente se apersonara a la recepción a entregar el voucher correspondiente por la cancelación del servicio a realizar.

-
13. **Confirmación del servicio:** Al recibir el voucher por la cancelación del servicio, se estará reservando (hora y fecha) la realización del evento.
 14. **Agradece su preferencia:** Finalizando la negociación, con el cliente se agradecerá por la preferencia y confianza que nos brinda.
 15. **Registra el pago cerrando la cuenta:** Concluyendo con el servicio a realizar y con las condiciones establecidas, se procede a registrar el pago y hacer la respectiva reserva del evento.

Diagrama de Procesos de Preparación de Habitación Simple



Fuente: Elaboración propia

1.- Consultar a Recepción: La recepción es uno de los lugares más importantes del hotel. En este lugar el huésped se registra, se solucionan sus problemas, reciben información del hotel. El personal de Limpieza consultara a Recepción si la habitación Simple esta desocupada para hacerle la respectiva limpieza.

2.- Disponibilidad de Habitaciones: El personal de limpieza consultara y verificara si la habitación se encuentra disponible.

3.- Ingresar a la habitación Simple :Una vez verificada la disponibilidad de la habitación el personal de limpieza ingresara a realizar la preparación de la habitación simple.

4.- Tener los artículos de limpieza: El personal de limpieza tiene que tener todos los implementos necesarios para realizar la adecuada preparación de las habitaciones.

5.- Revisar los mobiliarios y equipos: Mantener operativa tanto iluminación, y los equipos que estén funcionando correctamente. Verificar y mantener los elementos de Seguridad y protección de las habitaciones establecidas en los Reglamentos de instalaciones vigentes.

6.- Limpiar, desempolvar y desinfectar: Eliminación de polvo y suciedad en el suelo, alfombra, paredes, mobiliarios y equipos, elementos decorativos. Lavado de cortinas.

7.- Colocar sábanas, cubrecamas y toallas limpias: Toallas limpias y en perfecto estado, la administración del hotel determinara la frecuencia de sustitución de toallas, su sustitución será inmediata en caso de roturas, manchas, o a petición del cliente (huésped). Se colocara un juego de toallas estándar (por persona alojada en la habitación).

8.- Limpiar los equipos sanitarios: El personal de limpieza deberá realizar lo siguiente: Las papeleras del baño deberán llevar bolsa, desinfectar los baños con lejía, con pastillas, renovar los artículos de aseo (papel higiénico, jabón).

9.- Aspirar:El personal de limpieza deberá aspirar las alfombras y los muebles para una mejor presentación de las habitaciones.

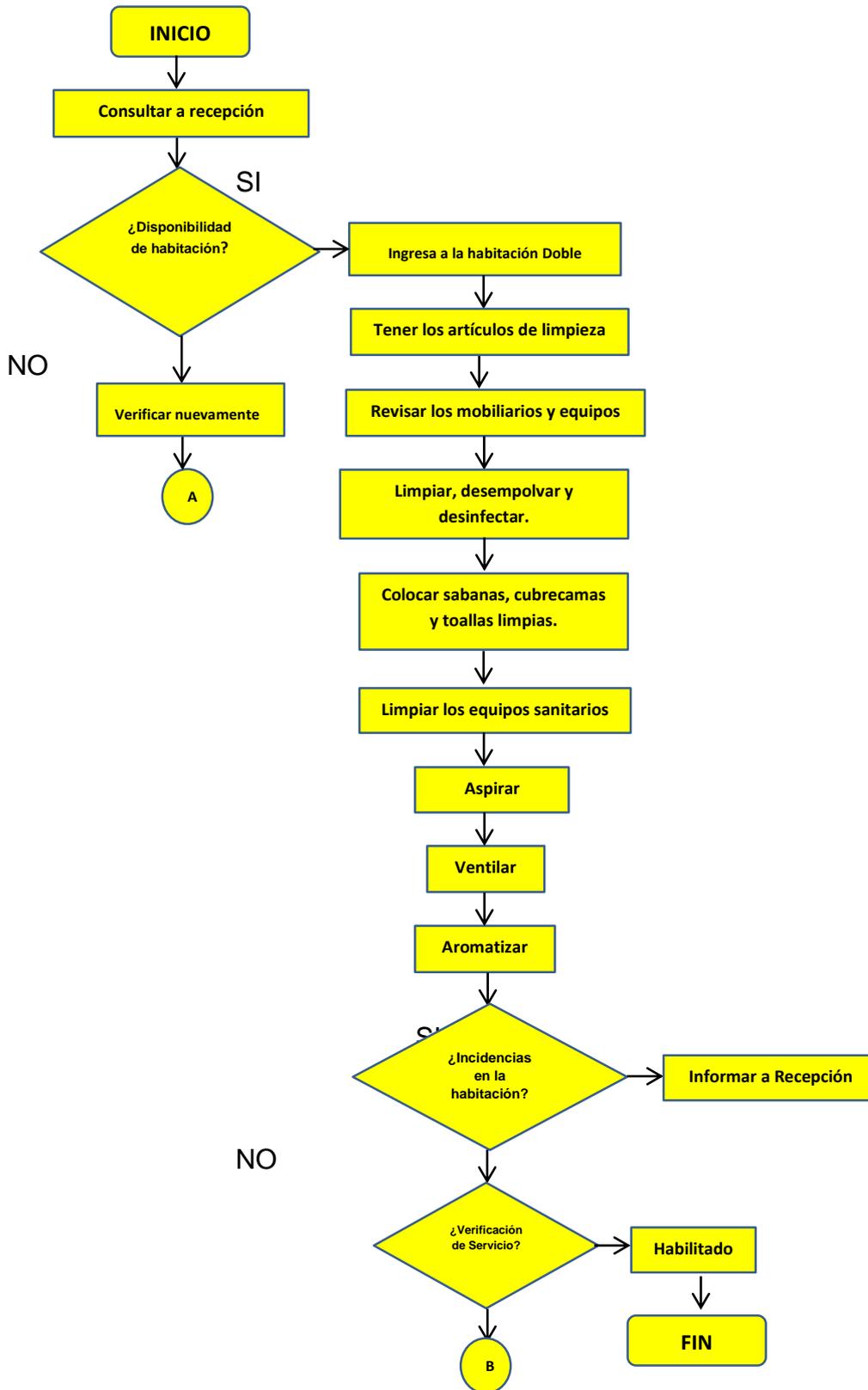
10.- Ventilar:La habitación debe estar ventilado, vaciado y limpio las papeleras y ceniceros, eliminando cualquier olor del tabaco que tenga y se mantenga un olor agradable en el ambiente.

11.- Aromatizar: Al concluir con la preparación de la habitación se deberá aromatizar.

12.- Incidencias en la habitación:Comprobación del correcto funcionamiento de las luces, televisor, avisando al responsable de mantenimiento según formato “Parte de Incidencias de Limpieza”, donde se detallara: Fecha, Incidencia, N° de habitación, nombre de la persona que ha registrado dicha incidencia.

13.- Informar a recepción:En el caso de que el responsable de limpieza, en su labor de verificación, detectase incidencias en la realización del servicio por parte del personal, deberá actuar según lo expuesto en el procedimiento Gestión de Incidencias, acciones correctivas y preventivas, y deberá informar a recepción para conocimiento.

Diagrama de Procesos de Preparación de Habitación Doble



Fuente: Elaboración propia

1.- Consultar a Recepción: La recepción es uno de los lugares más importantes del hotel. En este lugar el huésped se registra, se solucionan sus problemas, reciben información del hotel. El personal de Limpieza consultara a Recepción si la habitación Simple está desocupada para hacerle la respectiva limpieza.

2.- Disponibilidad de Habitaciones:El personal de limpieza consultara y verificara si la habitación se encuentra disponible.

3.- Ingresa a la habitación Doble:Una vez verificada la disponibilidad de la habitación el personal de limpieza ingresara a realizar la preparación de las habitaciones Dobles.

4.- Tener los artículos de limpieza:El personal de limpieza tiene que tener todos los implementos necesarios para realizar la adecuada preparación de las habitaciones.

5.- Revisar los mobiliarios y equipos: Mantener operativa tanto iluminación, y los equipos que estén funcionando correctamente. Verificar y mantener los elementos de Seguridad y protección de las habitaciones establecidas en los Reglamentos de instalaciones vigentes.

6.- Limpiar, desempolvar y desinfectar:Eliminación de polvo y suciedad en el suelo, alfombra, paredes, mobiliarios y equipos, elementos decorativos. Lavado de cortinas.

7.- Colocar sábanas, cubrecamas y toallas limpias:Toallas limpias y en perfecto estado, la administración del hotel determinara la frecuencia de sustitución de toallas, su sustitución será inmediata en caso de roturas, manchas, o a petición del cliente (huésped). Se colocara un juego de toallas estándar (por persona alojada en la habitación).

8.- Limpiar los equipos sanitarios: El personal de limpieza deberá realizar lo siguiente: Las papeleras del baño deberán llevar bolsa, desinfectar los baños con lejía, con pastillas, renovar los artículos de aseo (papel higiénico, jabón).

9.- Aspirar: El personal de limpieza deberá aspirar las alfombras y los muebles para una mejor presentación de las habitaciones.

10.- Ventilar: La habitación debe estar ventilado, vaciado y limpio las papeleras y ceniceros, eliminando cualquier olor del tabaco que tenga y se mantenga un olor agradable en el ambiente.

11.- Aromatizar: Al concluir con la preparación de la habitación se deberá aromatizar.

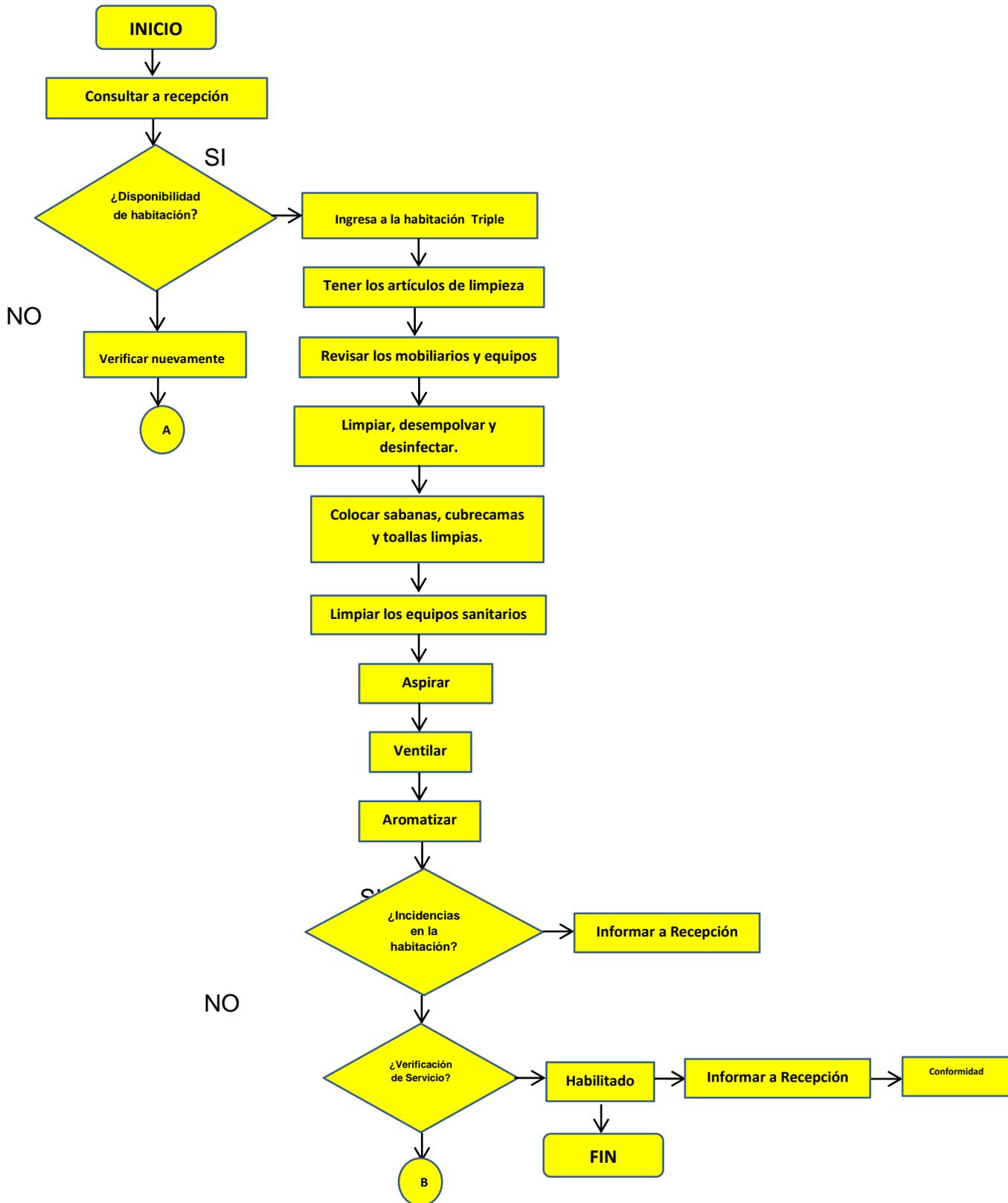
12.- Incidencias en la habitación: Comprobación del correcto funcionamiento de las luces, televisor, avisando al responsable de mantenimiento según formato “Parte de Incidencias de Limpieza”, donde se detallara: Fecha, Incidencia, N° de habitación, nombre de la persona que ha registrado dicha incidencia.

13.- Informar a recepción: En el caso de que el responsable de limpieza, en su labor de verificación, detectase incidencias en la realización del servicio por parte del personal, deberá actuar según lo expuesto en el procedimiento Gestión de Incidencias, acciones correctivas y preventivas, y deberá informar a recepción para conocimiento.

14.- Verificación del Servicio: El personal administrativo revisara verificando la adecuada preparación de las habitaciones, y si es aceptada se colocara en la puerta un cartel que está disponible para ser utilizado por un huésped.

15.- Habilitado: Comprobado la correcta limpieza e higiene de las habitaciones y baño por la persona encargada, comunicara a recepción que las habitaciones se encuentran disponibles.

Diagrama de Procesos de Preparación de Habitación Triple



Fuente: Elaboración propia

1.- Consultar a Recepción: La recepción es uno de los lugares más importantes del hotel. En este lugar el huésped se registra, se solucionan sus problemas, reciben información del hotel. El personal de Limpieza consultara a Recepción si la habitación Simple está desocupada para hacerle la respectiva limpieza.

2.- Disponibilidad de Habitaciones:El personal de limpieza consultara y verificara si la habitación se encuentra disponible.

3.- Ingresar a la habitación Triple:Una vez verificada la disponibilidad de la habitación el personal de limpieza ingresara a realizar la preparación de las habitaciones Triples.

4.- Tener los artículos de limpieza:El personal de limpieza tiene que tener todos los implementos necesarios para realizar la adecuada preparación de las habitaciones.

5.- Revisar los mobiliarios y equipos: Mantener operativa tanto iluminación, y los equipos que estén funcionando correctamente. Verificar y mantener los elementos de Seguridad y protección de las habitaciones establecidas en los Reglamentos de instalaciones vigentes.

6.- Limpiar, desempolvar y desinfectar:Eliminación de polvo y suciedad en el suelo, alfombra, paredes, mobiliarios y equipos, elementos decorativos. Lavado de cortinas.

7.- Colocar sábanas, cubrecamas y toallas limpias:Toallas limpias y en perfecto estado, la administración del hotel determinara la frecuencia de sustitución de toallas, su sustitución será inmediata en caso de roturas, manchas, o a petición del cliente (huésped). Se colocara un juego de toallas estándar (por persona alojada en la habitación).

8.- Limpiar los equipos sanitarios: El personal de limpieza deberá realizar lo siguiente: Las papeleras del baño deberán llevar bolsa, desinfectar los baños con lejía, con pastillas, renovar los artículos de aseo (papel higiénico, jabón).

9.- Aspirar: El personal de limpieza deberá aspirar las alfombras y los muebles para una mejor presentación de las habitaciones.

10.- Ventilar: La habitación debe estar ventilado, vaciado y limpio las papeleras y ceniceros, eliminando cualquier olor del tabaco que tenga y se mantenga un olor agradable en el ambiente.

11.- Aromatizar: Al concluir con la preparación de la habitación se deberá aromatizar.

12.- Incidencias en la habitación: Comprobación del correcto funcionamiento de las luces, televisor, avisando al responsable de mantenimiento según formato “Parte de Incidencias de Limpieza”, donde se detallara: Fecha, Incidencia, N° de habitación, nombre de la persona que ha registrado dicha incidencia.

13.- Informar a recepción: En el caso de que el responsable de limpieza, en su labor de verificación, detectase incidencias en la realización del servicio por parte del personal, deberá actuar según lo expuesto en el procedimiento Gestión de Incidencias, acciones correctivas y preventivas, y deberá informar a recepción para conocimiento.

14.- Verificación del Servicio: El personal administrativo revisara verificando la adecuada preparación de las habitaciones, y si es aceptada se colocara en la puerta un cartel que está disponible para ser utilizado por un huésped.

15.- Habilitado: Comprobado la correcta limpieza e higiene de las habitaciones y baño por la persona encargada, comunicara a recepción que las habitaciones se encuentran disponibles.

16.- Informar a recepción: La persona que supervisa la preparación de las habitaciones informara a recepción que es el encargado de captar y manejar las solicitudes de reservas. Determina la disponibilidad del hotel, cotizar las habitaciones tomar y confirmar las reservaciones que las habitaciones Triples se encuentran listas.

17.- Conformidad: La recepcionista registra en el sistema: habitación limpia y disponible para ser entregada al cliente (huésped) al momento de hospedarse y no demorar en el proceso de reserva.

Diagrama de Procesos de Preparación de Habitación Suite

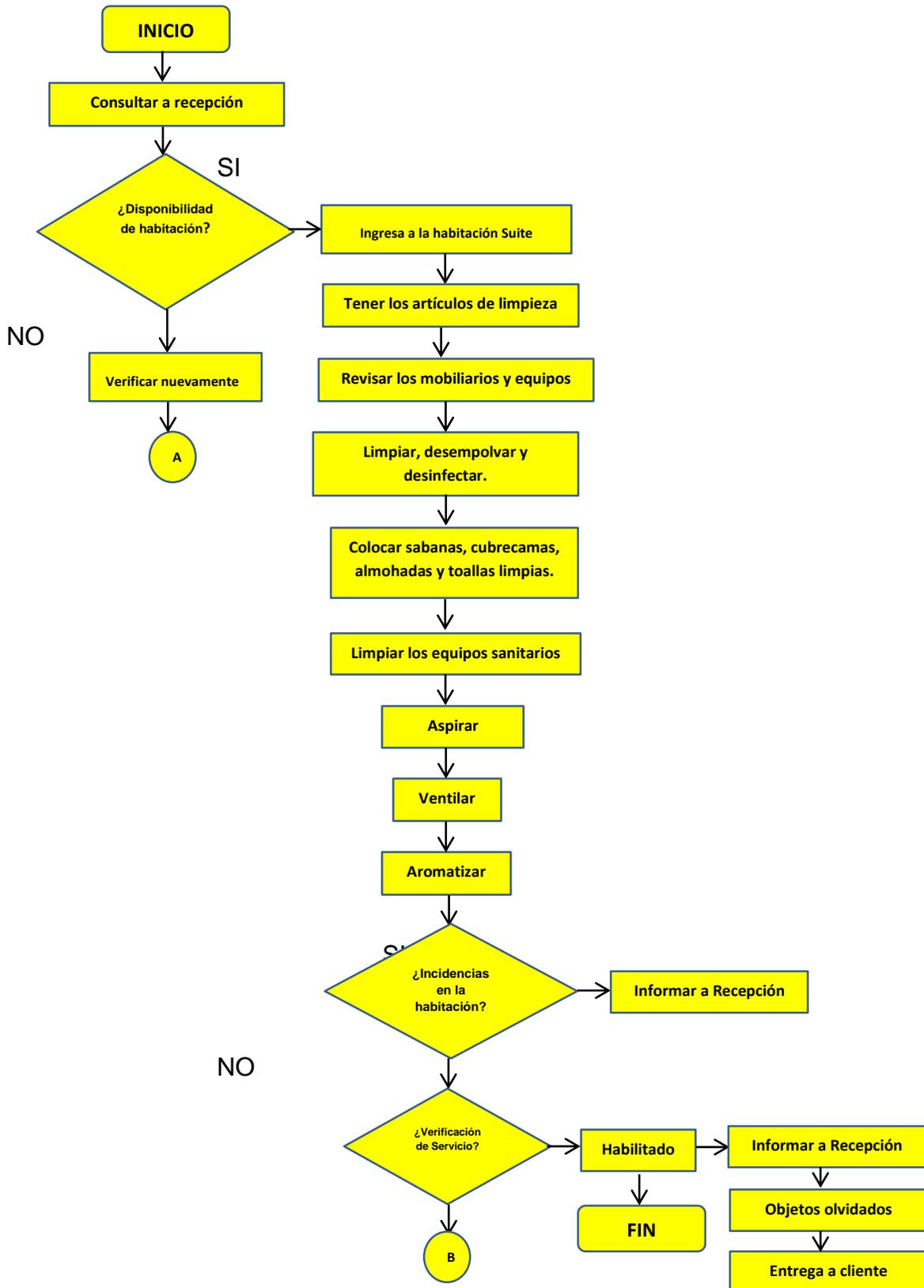


Diagrama de Procesos de Ventas Varias

1.- Consultar a Recepción: La recepción es uno de los lugares más importantes del hotel. En este lugar el huésped se registra, se solucionan sus problemas, reciben información del hotel. El personal de Limpieza consultara a Recepción si la habitación Simple está desocupada para hacerle la respectiva limpieza.

2.- Disponibilidad de Habitaciones:El personal de limpieza consultara y verificara si la habitación se encuentra disponible.

3.- Ingresar a la habitación Suite:Una vez verificada la disponibilidad de la habitación el personal de limpieza ingresara a realizar la preparación de las habitaciones Suite.

4.- Tener los artículos de limpieza:El personal de limpieza tiene que tener todos los implementos necesarios para realizar la adecuada preparación de las habitaciones.

5.- Revisar los mobiliarios y equipos: Mantener operativa tanto iluminación, y los equipos que estén funcionando correctamente. Verificar y mantener los elementos de Seguridad y protección de las habitaciones establecidas en los Reglamentos de instalaciones vigentes.

6.- Limpiar, desempolvar y desinfectar:Eliminación de polvo y suciedad en el suelo, alfombra, paredes, mobiliarios y equipos, elementos decorativos. Lavado de cortinas.

7.- Colocar sábanas, cubrecamas y toallas limpias:Toallas limpias y en perfecto estado, la administración del hotel determinara la frecuencia de sustitución de toallas, su sustitución será inmediata en caso de roturas, manchas, o a petición del cliente (huésped). Se colocara un juego de toallas estándar (por persona alojada en la habitación).

8.- Limpiar los equipos sanitarios: El personal de limpieza deberá realizar lo siguiente: Las papeleras del baño deberán llevar bolsa, desinfectar los baños con lejía, con pastillas, renovar los artículos de aseo (papel higiénico, jabón).

9.- Aspirar: El personal de limpieza deberá aspirar las alfombras y los muebles para una mejor presentación de las habitaciones.

10.- Ventilar: La habitación debe estar ventilado, vaciado y limpio las papeleras y ceniceros, eliminando cualquier olor del tabaco que tenga y se mantenga un olor agradable en el ambiente.

11.- Aromatizar: Al concluir con la preparación de la habitación se deberá aromatizar.

12.- Incidencias en la habitación: Comprobación del correcto funcionamiento de las luces, televisor, avisando al responsable de mantenimiento según formato “Parte de Incidencias de Limpieza”, donde se detallara: Fecha, Incidencia, N° de habitación, nombre de la persona que ha registrado dicha incidencia.

13.- Informar a recepción: En el caso de que el responsable de limpieza, en su labor de verificación, detectase incidencias en la realización del servicio por parte del personal, deberá actuar según lo expuesto en el procedimiento Gestión de Incidencias, acciones correctivas y preventivas, y deberá informar a recepción para conocimiento.

14.- Verificación del Servicio: El personal administrativo revisara verificando la adecuada preparación de las habitaciones, y si es aceptada se colocara en la puerta un cartel que está disponible para ser utilizado por un huésped.

15.- Habilitado: Comprobado la correcta limpieza e higiene de las habitaciones y baño por la persona encargada, comunicara a recepción que las habitaciones se encuentran disponibles.

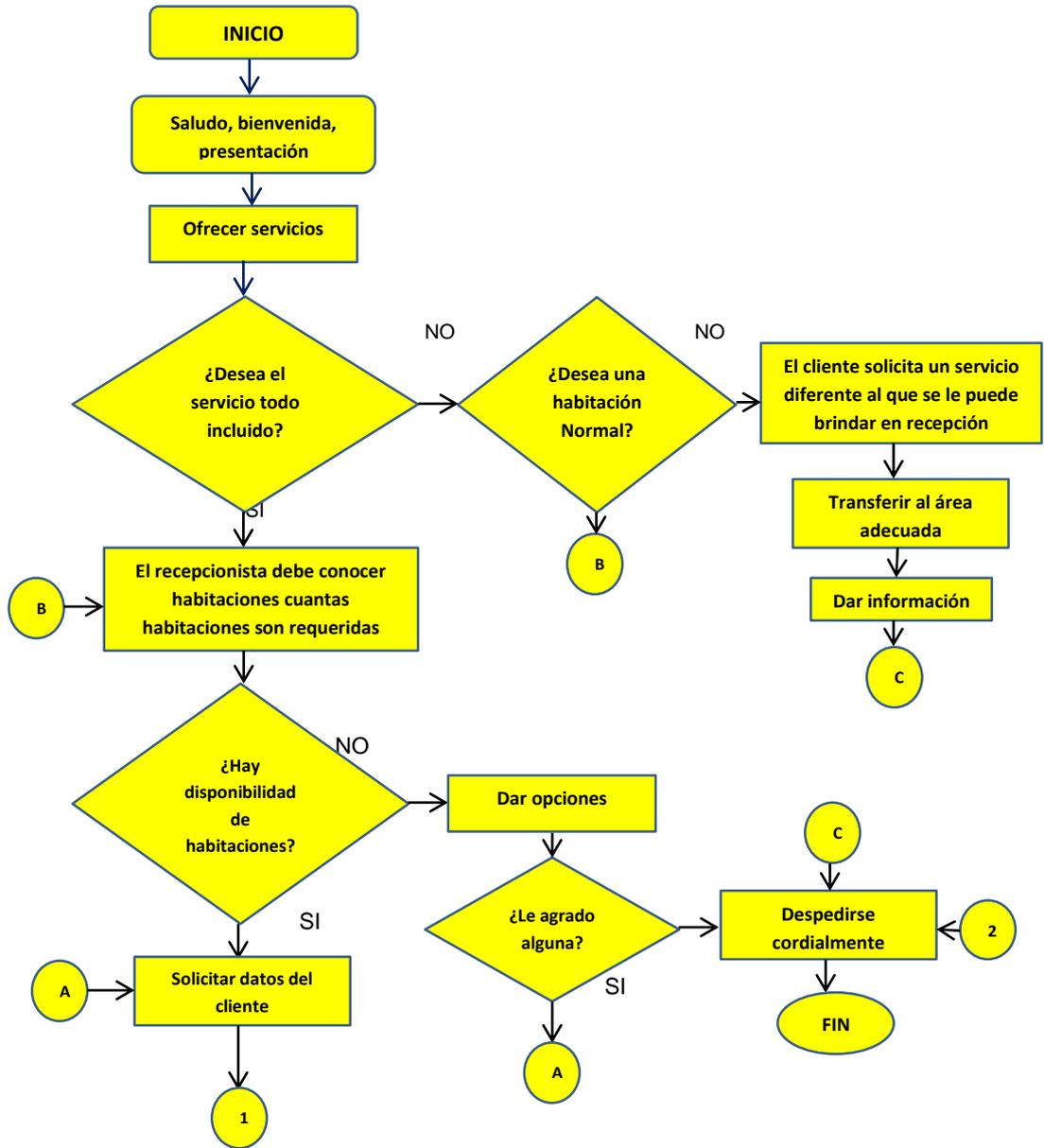
16.- Informar a recepción: La persona que supervisa la preparación de las habitaciones informara a recepción que es el encargado de captar y manejar las solicitudes de reservas. Determina la disponibilidad del hotel, cotizar las habitaciones tomar y confirmar las reservaciones que las habitaciones Triples se encuentran listas.

17.- Conformidad: La recepcionista registra en el sistema: habitación limpia y disponible para ser entregada al cliente (huésped) al momento de hospedarse y no demorar en el proceso de reserva.

18.- Objetos Olvidados: El personal de limpieza informara al área de administración que el cliente olvido algunos objetos en la habitación, que deberán ser entregados, previa llamada a la brevedad posible.

19.- Entrega a Cliente: Ubicado al cliente, se entrega su objeto olvidado, se realiza esta gestión con el fin de fidelizar a los huéspedes.

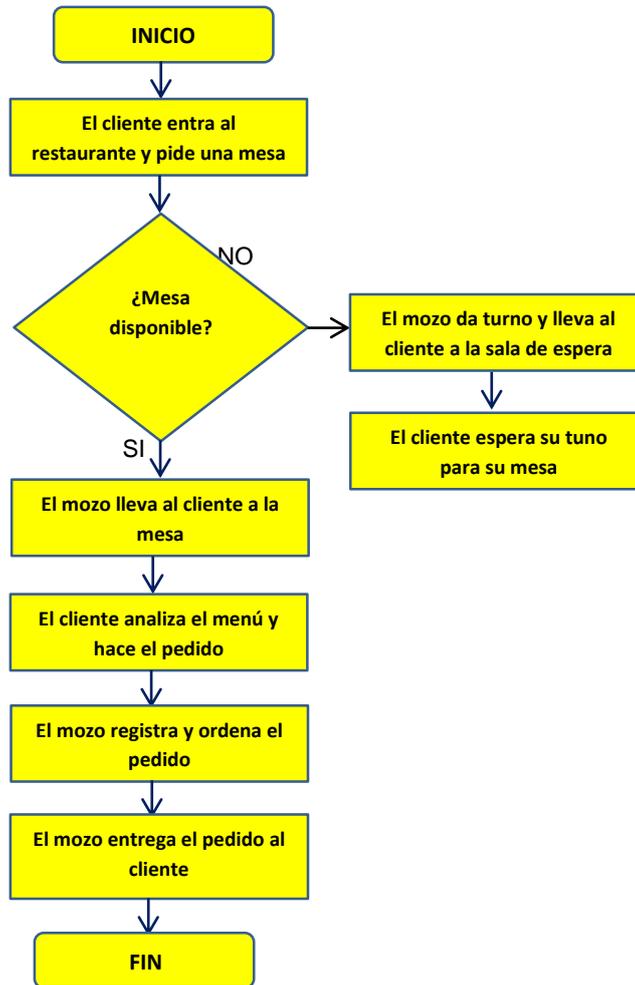
Diagrama de Procesos Atención al Cliente



Fuente: Elaboración Propia

-
- Al Tomar contacto con el huésped, solicitar su nombre de quien está haciendo la reserva, verificando en el sistema que esté debidamente efectuada.
 - Una vez confirmado los datos, le daremos la bienvenida diciendo: “Lo estábamos esperando”. Esta frase hará sentir cómodo y seguro al huésped.
 - Se hará entrega del registro del huésped para que sea completado y firmado.
 - Se le comunicará el número de habitación asignada y el piso en que se encuentra, entregando las llaves respectivas.
 - Se le brindará el horario de atención de la cafetería y servicios que ofrece nuestro Hotel e indicándole que por favor lea la reglamentación del hotel que se encuentra visible en la habitación.
 - Llamar a la persona encargada para que acompañe al cliente a su habitación.
 - El cliente realiza su alojamiento respectivo y la recepcionista se despide cordialmente y agradece por el tiempo de espera.

Diagrama de Procesos Ventas Varias



Fuente: Elaboración Propia

1.- El cliente entra al restaurante y pide una mesa:El mozo desde que entra el cliente debe mostrar amabilidad, rapidez, higiene y atender.

2.- Mesa disponible: El cliente verificara si hay disponibilidad de una mesa para ser atendido, en caso de no haber el mozo muy cordialmente lo llevara a la sala de espera.

3.- El mozo lleva al cliente a la mesa: Si tenemos disponibilidad el mozo dirige al cliente a una mesa para ser atendido a la brevedad posible.

4.- El cliente analiza el menú y hace el pedido:El cliente revisa el menú y elige cual es de su agrado, comunicando al mozo para ser atendido. El mozo recomienda al cliente en caso consulte.

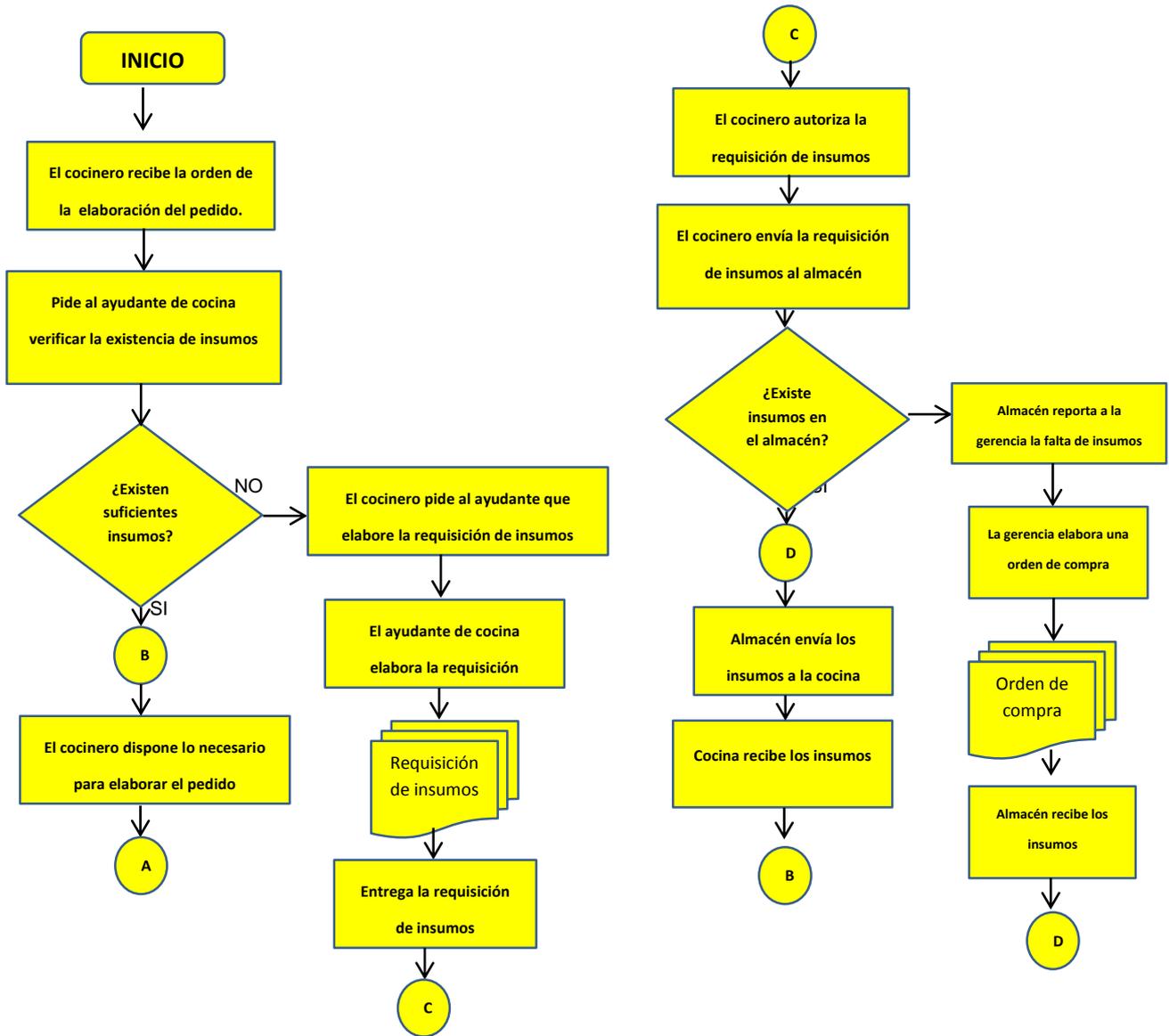
5.- El mozo registra y ordena el pedido:El mozo registra el pedido y el número de mesa del cliente en la computadora, para que posteriormente se cobra a su **cuenta o cancele en efectivo.**

6.- El mozo entrega el pedido al cliente: El mozo entrega el pedido al cliente, debe estar atento durante el servicio, si el cliente necesita algo para llevarlo inmediatamente

7.- El mozo da turno y lleva al cliente a la sala de espera: Si no tenemos disponibilidad de mesa, el mozo comunica y dirige al cliente para la espera respectiva.

8.- El cliente espera su turno para su mesa: El cliente muy amablemente espera que desocupen mesa para ser atendido.

Diagrama de Procesos Cafetería y Restaurante



Fuente: Elaboración propia

- 1.- El cocinero recibe la orden de la elaboración del pedido:**En el servicio al cliente se ofrece una atención con extrema limpieza de la cafetería - restaurante, contaremos con una apropiada cadena de proveedores. El cocinero requiere de insumos para abastecer el almacén.
- 2.- Pide al ayudante de cocina verificar la existencia de insumos:** El ayudante verificara las cantidades de los insumos, y deberá establecer un equilibrio entre la calidad del servicio y los costos que se derivan de la posesión del stock.
- 3.- Existen suficientes insumos:**Una vez verificado la cantidad de insumos a utilizar se procederá a elaborar la lista de pedido.
- 4.- El cocinero dispone lo necesario para elaborar el pedido:**El cocinero tiene como responsabilidad de mantener y controlar los insumos, evitando deterioros en su manipulación o conservación de los alimentos.
- 5.- El cocinero pide al ayudante que elabore la requisición de insumos:** El cocinero como responsable indica al ayudante de cocina elaborar la lista con la falta de insumos, para la preparación de las comidas, previa revisión de su persona.
- 6.- El ayudante de cocina elabora la requisición:** El ayudante de cocina elabora la lista de insumos de acuerdo a la necesidad de las entradas y salidas del stock de materia prima.
- 7.- Requisición de insumos:** La requisición de insumos es un documento que permite la realización de las compras.
- 8.- Entrega la requisición de insumos:** Elaborada la lista de insumos se entrega al personal responsable para la autorización respectiva.
- 9.- El cocinero autoriza la requisición de insumos:** El cocinero autoriza la compra de los insumos de acuerdo a la lista y a lo que se requiere. Los insumos son procesados en el área de la cocina hasta llegar al producto final.
- 10.- El cocinero envía la requisición de insumos al almacén:**El cocinero envía la lista de acuerdo a la necesidad del área de restaurante para ser verificado y supervisado con el stock de insumos.
- 11.- Existe insumos en el almacén:**Revisado y supervisado con el almacén se realizara la lista final para la compra de insumos.

12.- Almacén envía los insumos a la cocina: El área de almacén coordina con el cocinero para una eficiente elaboración de pedido de insumos

13.- Cocina recibe los insumos. El cocinero es encargado de la preparación de la comida, se encarga de sazonar, y cocinar una gran variedad de platos, los cocineros crean recetas y reciben los insumos en buen estado para el consumo de los clientes (huésped)

14.- Almacén reporta a la gerencia la falta de insumos:El área de almacén comunica a gerencia la falta de insumos para abastecer el área de restaurante y envía la lista de pedido para ser revisado y autorizado.

15.- La gerencia elabora una orden de compra:Realiza evaluaciones permanentes acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes trabajadores del área del restaurante

Mantener buenas relaciones con los clientes, personal y proveedores para el buen funcionamiento de la empresa.

La gerencia realiza la orden de compra para autorizar el pedido de los insumos para la preparación de las comidas.

16.- Orden de Compra:es un documento que es utilizada por las empresas para ordenar las operaciones relativas a la compra de insumos para la empresa. Este documento de número de copias variables es emitido siempre por la empresa compradora. Cabe destacar que la orden de compra es emitida con posterioridad a la realización de la cotización.

17.- Almacén recibe los insumos:Realizada la compra, y llegando en buen estado, el momento oportuno es entregado a almacén para la conservación y entrega de acuerdo a los requerimientos del cafetería – restaurante.

3.2.1.3. Procesos de Apoyo: Procesos que dan apoyo a los procesos operativos, aportándoles los recursos necesarios. Son procesos en los que el cliente es interno.

- **Contabilidad**

La contabilidad constituirá un elemento fundamental para conocer el estado económico y financiero de la empresa, permitiendo ver de manera confiable y oportuna la rentabilidad del hotel.

Nuestro asesor contable se encargara de ejecutar, supervisar, controlar y coordinar las distintas actividades que tienen relación con el proceso contable.

- **Mantenimiento**

Encargada del cuidado de todas las máquinas, equipos e instalaciones del hotel, siendo un soporte indispensable para su marcha normal. Un buen mantenimiento otorgará una buena imagen del hotel.

- **Recursos Humanos**

Estará enfocada en la selección previa, coordinación y mantenimiento del personal de las distintas áreas del hotel, proporcionando personal altamente calificado para la atención a nuestros clientes. Siendo uno de sus principales funciones actualizar y motivar para así mejorar su desenvolvimiento frente al cliente externo.

- **Seguridad y Protección**

El área de Seguridad y Protección tiene como objetivo proteger la propiedad, a los huéspedes y a los empleados; ellos estarán al tanto de no efectuarse allanamientos violentos, robos y otros delitos que se puedan cometer en las instalaciones del hotel, siendo de gran importancia para el área de administración.

3.2.2. Producción y Capacidad

3.2.2.1. Tiempo de Ciclo:

El tiempo de ciclo es el lapso entre el ingreso del cliente y la entrega de su habitación para su alojamiento. De acuerdo a esto tenemos que el tiempo de ciclo será de 10

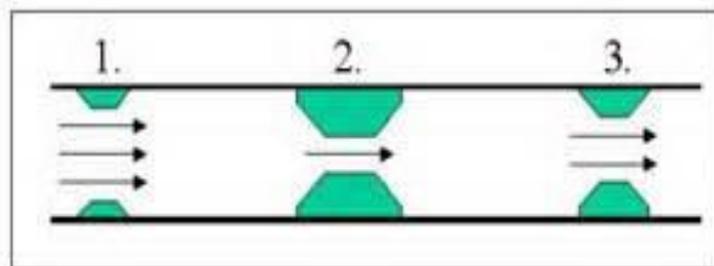
minutos mientras la habitación es ordenada y queda en condiciones de ser nuevamente ocupada.

ACTIVIDADES	TIEMPO
INGRESO DEL CLIENTE	MIN/PERSONA
TIPO Y PRECIO DE HABITACION	1 MIN/PERSONA
DISPONIBILIDAD DE HABITACION	1 MIN/PERSONA
VERIFICACION DE HABITACION	3 MIN/PERSONA
OFRECER SERVICIOS	1 MIN/PERSONA
SOLICITAR DATOS DEL HUESPED	2 MIN/PERSONA
ENTREGA DE LLAVES DE HABITACION	1 MIN/PERSONA
INDICAR Y ACOMPAÑAR AL HUESPED	1 MIN/PERSONA
TOTAL	10 MIN/PERSONA

Fuente: Elaboración Propia.

3.2.2.2. Balance en Línea:

Para encontrar el Balance de Línea de Producción primero se debe encontrar los cuellos de botella de nuestra operatividad diaria, de tal forma que se pueda encontrar con planes de contingencia que no abarquen más que los tiempos establecidos para realizar cada una de las actividades del rubro Hotelero.



Fuente: Elaboración Propia

3.2.2.3. Posibles Cuellos de Botella:

CHECK IN

Llega un Cliente al Hotel, con toda su familia en plena temporada alta y sin reserva.

- Solución: El recepcionista deberá revisar y verificar si se desocupa alguna habitación en ese instante o tratar de encontrar al Turista la posibilidad de alojarse en algún establecimiento cerca y de confianza.

Un cliente ingresa a hospedarse e indica que el alojamiento cancelara la empresa corporativa, haciéndose cargo de todos sus gastos que realiza. En la nota y correo que se recibe oportunamente menciona que la empresa pagara solo el servicio de Alojamiento.

- Solución: El recepcionista deberá comunicarle al huésped que la empresa envió una nota y correo comunicando que solo se hará cargo del Servicio de Alojamiento, agradeciendo y disculpando muy sutilmente.

CHECK OUT

Housekeeping revisa y avisa que falta una toalla en la Habitación.

- Solución: El recepcionista deberá comunicarle al Huésped de inmediato para no generar demoras en el momento de la Facturación, y deberá consultar al Área Administrativa si procede a recargar a la cuenta Final.

El Huésped extravió la llave de la Habitación.

- Solución: El recepcionista deberá consultar rápidamente al Área Administrativa si habrá un recargo adicional para no generar molestia al Huésped.

3.2.2.4. Programa de Producción por Tipo de Producto

3.2.2.5. Capacidad Máxima y Normal:

TABLA N° 09: TAMAÑO NORMAL

CAPACIDAD

	2017	2018	2019	2020	2021
Descripción	1	2	3	4	5
Mercado Objetivo	4,602	4,708	4,816	4,927	5,040
Part. del Proyecto	70%	73%	76%	79%	82%
Capacidad Normal	3,221	3,437	3,660	3,892	4,133

Se ha considerado un factor de 70% anual para asegurar una correcta atención al cliente, por lo que se puede deducir que en el primer año se atendería 3,221 servicios, culminando en el último año con 4,133 servicios anuales.

3.2.2.6. Criterios y Porcentajes de Ocupabilidad

TABLA N° 10: OCUPABILIDAD (SERVICIOS POR AÑO)

OCUPABILIDAD

Descripción	1	2	3	4	5
Capacidad Normal	3,221	3,437	3,660	3,892	4,133
Capacidad Máxima	5,040	5,040	5,040	5,040	5,040
% de Ocupabilidad	64%	68%	73%	77%	82%

De acuerdo a nuestra capacidad normal y máxima establecida, se deduce que el porcentaje inicial de ocupabilidad es del 64% en el año inicial, culminando con un 82% de ocupabilidad.

.2.3. Descripción de Tecnologías

3.2.3.1. Maquinaria y Equipo:

A continuación se presenta los equipos y herramientas que se necesitara en las áreas operativas para el funcionamiento: recepción, restaurante, cafetería, cochera, también como los equipos y herramientas para nuestro personal y limpieza del hotel.

Con respecto a la construcción será por medio de terceros (empresa constructora).

Descripción de Tecnología

Maquinaria y Equipo	Cantidad
+ Equipo de música	1
+ Televisor Sony y DVD	36
+ Circuito cerrado	1
+ Ventiladores	2
+ roperos	35
+ lavadora	3
+ Extintor	4

Elaboración Propia

Área Administrativa:

Cuadro N° Relación Equipos Procesamiento de Datos

Equipos de Procesamiento de Datos	Cantidad
Computadora	2
Cañon Multimedia	1
Laptop	1
Impresora de inyeccion	2

Elaboración Propia

Mobiliario	Cant.
02 ESCRITORIOS CON SILLON	2
04 SILLONES	4
35 COMODAS	35
50 COLCHONES 1 PLAZA Y MEDIA + Bus tarin	50
04 TERMAS 80 LITROS	4
05 COLCHONES 2 PLAZAS + Bus Tarima	5
35 MUEBLES DE DORMITORIO	35
30 SILLAS - CHARLAS	30
20 SILLAS - RESTAURANTE	20
06 CUADROS	6
16 MESAS - REDONDAS	16
3 PLANCHAS	3
02 PLANCHADORES	2
01 CARRITO PARA LIMPIEZA	1
01 MUEBLE PARA COMPUTADORA	1
01 MOSTRADOR	1

Fuente: Elaboración Propia

3.2.3.2. Mobiliario y Herramientas:

El mobiliario para la operatividad del hotel Tasky es esencial para la calidez, comodidad, decoración.

3.2.3.3. Software y Similares:

Contaremos con un Software que permitirá el ingreso de nuestros huéspedes que hayan llegado al hotel. Este software abarca temas de reservas, separación, tipos, precios, descuentos de habitaciones por cada pernoctación que realicen también se podrá incluir restricciones, observaciones o algunos adicionales que usualmente solicitan para sus posteriores reservas.

3.3. Centro de Operaciones

3.3.1. Macro y Micro-Localización:

La Macro Localización de Nuestro Hotel se encontrara ubicada en la Provincia de Otuzco, en el departamento de La Libertad, la misma que es conocida por su hermoso santuario de la Virgen de la Puerta y sus bellos paisajes naturales. Se encuentra a 75 kilómetros de Trujillo, con un aproximado de una hora y media de viaje en bus.

GRAFICO N°14: PROVINCIA DE OTUZCO





Fuente: Gobierno Regional La Libertad.

3.3.2. Descripción de Terrenos, Inmuebles e Instalaciones Fijas:

El terreno tendrá un área de 500 m², en una zona estratégica, ubicada en una esquina a una cuadra de la plaza de Armas de Otuzco, cerca de lugares comerciales y de diversos sitios turísticos.

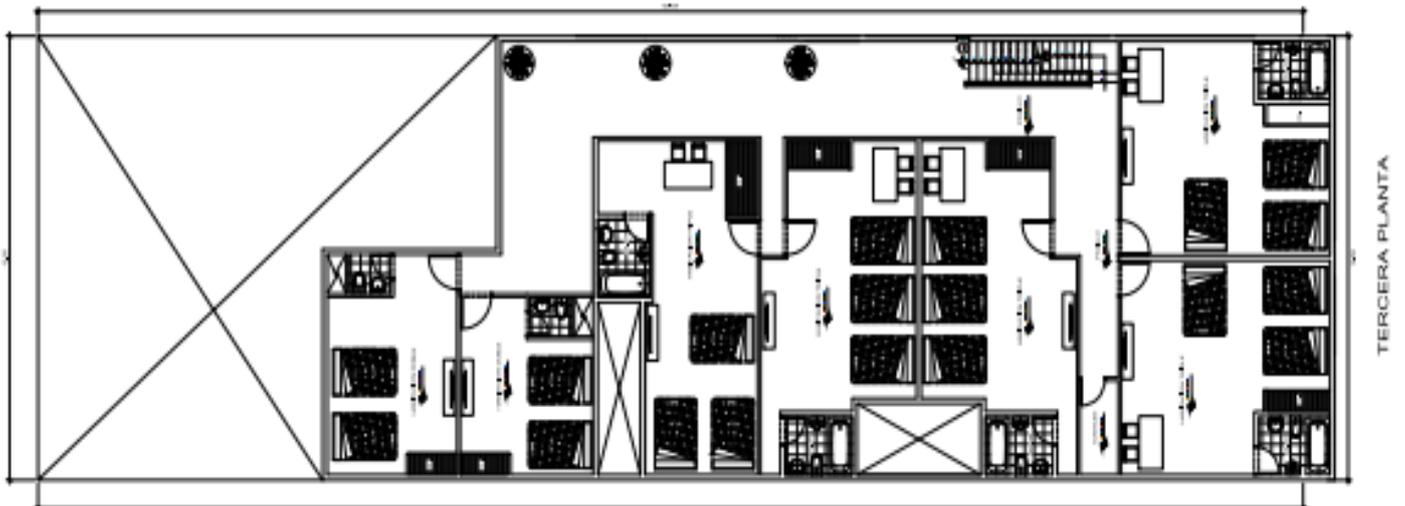
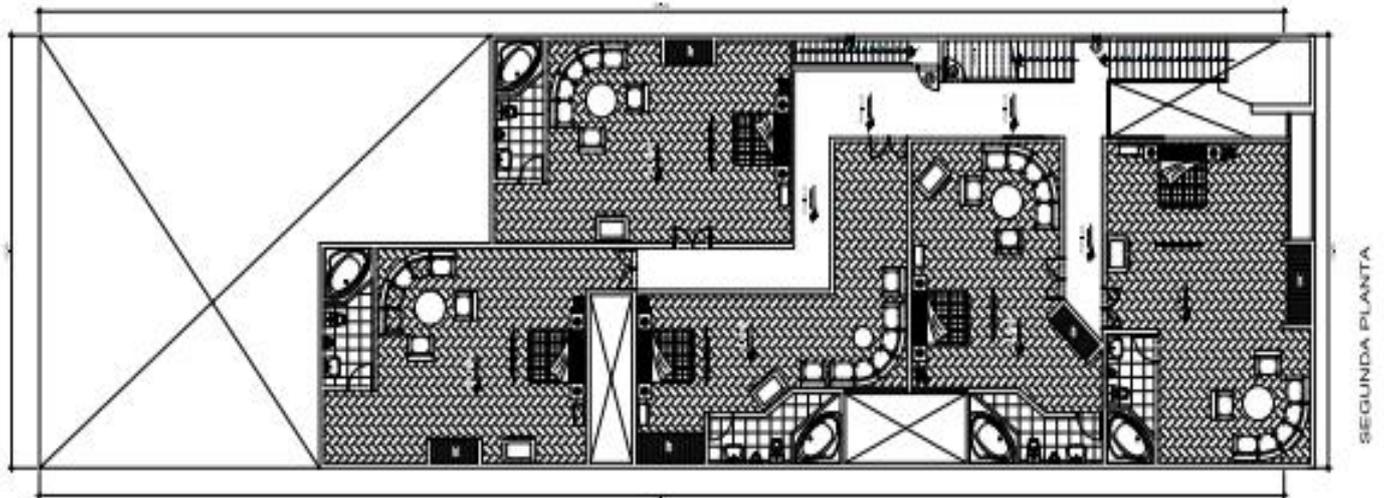
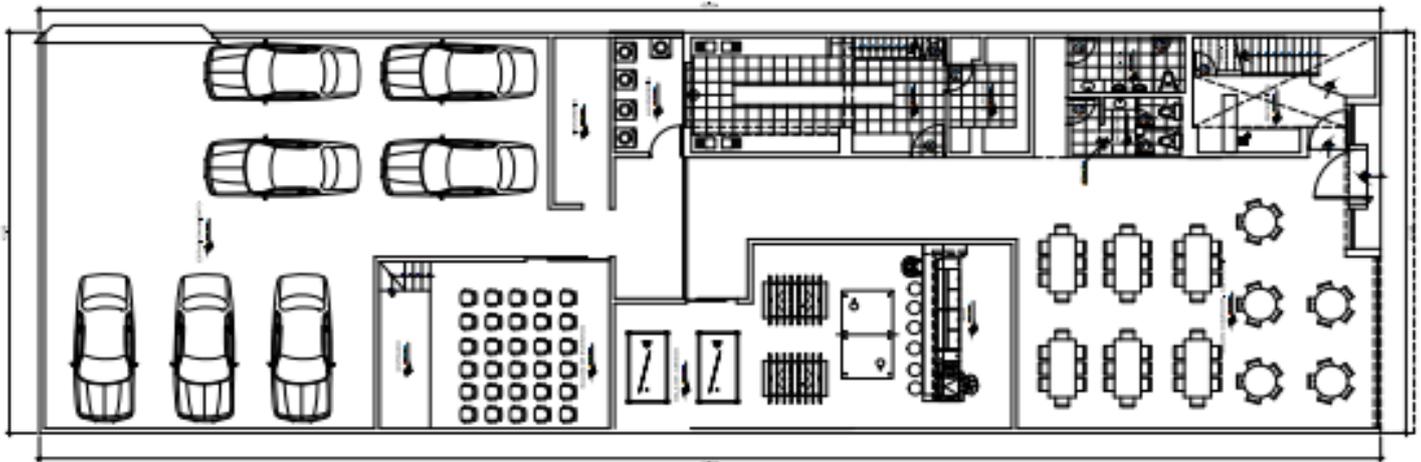


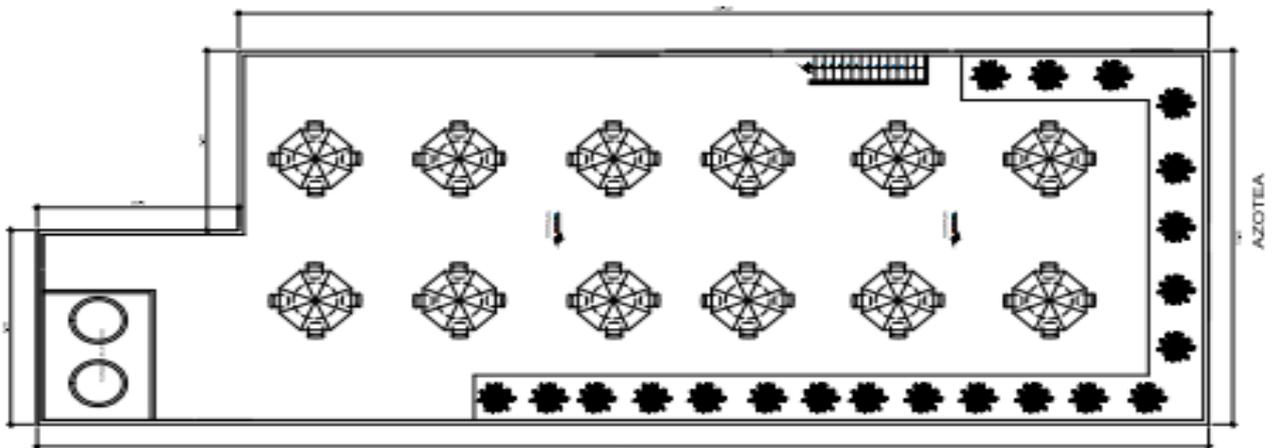
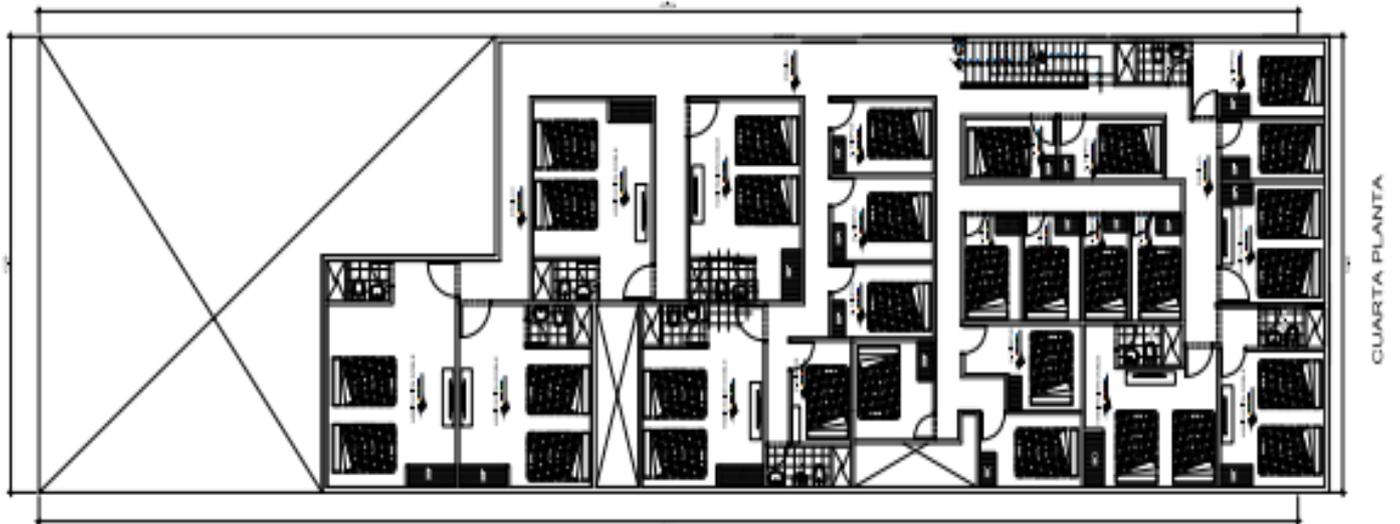
El inmueble será construido por una empresa constructora tercera, que se encargara de entregar el hotel según los planos que se presenten, además de demostrar la operatividad de todas las instalaciones, áreas y distribución del inmueble. Comprometiéndose en entregar la infraestructura en un plazo máximo de 12 meses.

3.3.3. Diseño de Edificaciones e Instalaciones

El diseño de las Edificaciones e instalaciones han sido presentadas por un arquitecto basándose en la reglamentación de Hotelería para poder ser calificados como Tres estrellas.

La edificación se hará de material noble de forma sencilla (cemento y ladrillo) con cuadros rústicos, con techos permitiendo la caída de agua por las constantes lluvias. También contara con forros de madera como decoración para no dejar escapar el calor de las habitaciones.





CAPÍTULO IV: ESTUDIO LEGAL

4.1. Constitución de la Sociedad

Dentro de la Constitución de la Sociedad veremos cómo se regula la formación y/o modificación de una empresa; y al ser la Sociedad Anónima Cerrada una forma societaria está contenida dentro de este cuerpo Jurídico, donde se le reconoce como una asociación voluntaria de personas, que acuerdan aportar bienes con la finalidad de realizar una actividad económica, esta sociedad se caracteriza además por la responsabilidad limitada de los socios por los aportes que cada uno haya efectuado, además por la existencia de las acciones como títulos valores que representan alícuotas del capital social, y finalmente se caracteriza también por el hecho que la dirección de la sociedad se basa en el capital y no en las personas.

Para la constitución de la Sociedad se debe tener en cuenta los siguientes requisitos:

- Accionistas
- Capital
- Minuta
- Escritura Pública

4.1.1. Forma Societaria e Implicancias:

Nuestra empresa después de analizar las diferentes sociedades eligió la Sociedad Anónima Cerrada por el grado de responsabilidad limitada de los socios, considerando la facilidad de financiamiento tanto propia como ajena, participando como un máximo de (20) socios, y de tal forma que el gerente tiene todas las potestades de la compañía.

Este tipo de sociedad se forma a los aportes de los socios, sin los cuales no podría existir la sociedad, dentro de esta sociedad existe la división de capital en títulos negociables denominados acciones siendo representados por parte del capital negociable.

4.1.2. Proceso de Constitución

- Elaborar la Minuta de Constitución.
- Escritura Pública.
- Inscripción en los Registros Públicos.

- Tramitar el REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTES (RUC) en la SUNAT. (Incluye selección de régimen tributario y solicitud de emisión de tickets, boletas y/o facturas.
- Inscribir a los trabajadores en ESSALUD.
- Obtener la autorización del Libro de Planillas ante el MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO.
- Tramitar la licencia municipal de funcionamiento ante el municipio donde estará ubicado tu negocio
- Legalizar los libros contables ante notario público. (Dependiendo del tipo de régimen tributario).

4.1.3. Costos de Constitución

1. Minuta de Constitución.
2. Escritura Pública.
3. Inscripción en los Registros Públicos. Costo de los Requisitos = S/ 450.00

Tramitar el REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTES (RUC) en la SUNAT. (Incluye selección de régimen tributario y solicitud de emisión de tickets, boletas y/o facturas.

Inscribir a los trabajadores en ESSALUD.

Pago Contabilidad S/ 200.00

Pago por seguro x c/u S/ 68.00 = S/ 408.00

Obtener la autorización del Libro de Planillas ante el MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO.

- Pago en Notaria para legalización de Libros. S/ 38.00

Tramitar la licencia municipal de funcionamiento ante el municipio donde estará ubicado tu negocio S/ 199.10

- Legalizar los libros contables ante notario público. (Dependiendo del tipo de régimen tributario). S/ 30.00

4.2. Tasas y Servicios Regulados

4.2.1. Licencias y Permisos:

Nuestra licencia se basará en la medida de nuestro terreno que abarcará un aproximado de 500 m² para ello debemos presentar los siguientes requisitos:

Formulario Único de Trámite (FUT), con carácter de declaración jurada debidamente llenado indicando N° de RUC y N° DNI o Carné de Extranjería del solicitante tratándose de personas jurídicas o naturales.

Aprobar la inspección de seguridad en Defensa Civil Básica.

Pago por derecho S/. 199.10 nuevo soles.

4.2.2. Anuncios Publicitarios y Similares

- La Municipalidad exige los siguientes requisitos para adquirir un anuncio publicitario:
- Formato de Declaración Jurada.
- Copia Licencia de Funcionamiento.
- Foto de la Fachada del Local.
- Foto y/o diseño simple del anuncio.
- Vigencia de Poder
- Pago Derecho de Trámite S/ 34.30
- Pago de Publicidad en función del tamaño del elemento publicitario

4.2.3. Regulación Sectorial:

Para Solicitar la Licencia de Funcionamiento:

- Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada, que incluya:
 - ✓ Numero de RUC y DNI o Carne de Extranjería del solicitante, tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.

- ✓ DNI o Carne de Extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.
- Vigencia de Poder de representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada
- Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad o Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinaria, según corresponda.
- Adicionalmente, de ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:
 - ✓ Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.
 - ✓ Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la normativa vigente, en la Declaración Jurada.
 - ✓ Copia Simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que conforme a Ley la requieran de manera previa al otorgamiento de la Licencia de Funcionamiento.
 - ✓ Copia Simple de la Autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura, conforme a la Ley N° 28296, Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación.

4.2.4. Registros, Asociaciones y Vinculaciones

4.2.5. Costos por Tasas y Servicios Regulados:

Para obtener la Licencia de Construcción: (Otuzco)

- Solicitud dirigida al Alcalde
- Copia de la Minuta, Escritura Publica
- Copia de Autoevaluó
- Copia del Plano de distribución, ubicación y catastro firmado por Ingeniero autorizado o Arquitecto

- Inspección Ocular
- Certificado de Habilidad Profesional responsable
- Certificado de Parámetros Urbanísticos
- Derecho de Tramitación
- Copia de DNI
- Formulario Único de edificación, debidamente llenado y visado por el profesional responsable.

4.3. Demás Aspectos Legales

El proyecto tendrá en cuenta la Legislación laboral vigente y adoptará la legislación relacionada con la modalidad de contratación a plazo determinado.

Para ello tiene que establecer las regulaciones relativas a los deberes y derechos de los empleados como del trabajador que la empresa definirá bien para luego realizar los contratos respectivos con sus trabajadores

En el sistema legal Peruano en materia contractual existe un Régimen Libre de Contratación que lo establece la Constitución Política del país, así mismo existe también normas que regulan los contratos que son el Código Civil, que impide la existencia de algún tipo de limitación o prohibición para que las personas naturales o jurídicas, puedan celebrar cualquier tipo de contrato

Tenemos también en segundo lugar la libertad contractual signada en el Artículo N° 1354 del Código Civil, principio que permite a las partes determinar el contenido de sus convenios según su propia conveniencia.

Las obligaciones correspondientes a este sector están directamente relacionados al Ministerio de Trabajo siéndola primera oportunidad para originar la relación con dicho Ministerio a través del Registro de Planillas de sueldos y/o salarios que se efectúa durante el trámite para obtener el Registro Unificado

4.3.1. Aspectos Laborales

Las principales obligaciones de las empresas en relación a este sector son:

- Libros laborales obligatorios
- Libro de planillas de sueldos y salarios.
- Carteles que deben exhibirse
- Horario de trabajo.
- Dispositivos que fijan sueldos y salarios.
- Rol de vacaciones.

4.3.2. Aspectos Tributarios

Las obligaciones Tributarias serían las siguientes:

- El representante Legal de la empresa deberá inscribirse en el Registro Único del Contribuyente ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. Así mismo deberá presentar los siguientes documentos:
 - ✓ Original y fotocopias de DNI del representante legal.
 - ✓ Carta poder legalizado Notarialmente o autorizado por un fedatario de la SUNAT.
 - ✓ Recibo de servicios del local donde se realizan las actividades.
 - ✓ Llenar y firmar la Solicitud de inscripción o comunicación de Afectación de Tributos que es el Formulario nº2119.
 - ✓ Llenar y firmar el Formulario N° 2054 para representantes Legales.
- Comunicar cualquier cambio en la información proporcionada ante SUNAT sobre el RUC.
- Solicitar autorización para imprimir comprobantes de pago mediante el Formulario N° 806 y emitirlos, que en nuestro caso serían: Boletas y Facturas, liquidaciones de compra, guías de remisión, notas de crédito y notas de débito.

- Llevar contabilidad completa.
- Inscribir y pagar las obligaciones tributarias y efectuar las retenciones que señala la ley.

Los tributos que afectarían al proyecto son los siguientes:

1. Régimen general del impuesto a la renta.
 - Declaración y pagos a cuenta mensuales (2% del ingreso neto mensual).
 - Declaración anual y pago de regulación (30% sobre la renta neta imponible).
2. Impuesto General a las ventas; 18% de las ventas mensuales con derecho a crédito fiscal
3. Contribuciones a ESSALUD: 9%.

Las declaraciones del pago de estos impuestos se harán a través del PDT N° 621 o el formulario N° 119, según corresponda, de acuerdo con la fecha que señala el cronograma de pagos, según su último dígito del RUC.

Para todos los procesos contables y tributarios, se contará con el servicio de un contador Público Colegiado como asesoría externa.

4.3.3. Registro de Marca:

Se tramitan en INDECOPI, como a continuación se describe:

- Presentar una solicitud de Búsqueda de Antecedentes cuyo costo es de S/. 30.00.
- Búsqueda denominativa (clase 43), también llamada fonética, pues se encarga de buscar las palabras o letras con costo de S/. 50.00.
- Búsqueda Figurativa (clase 43), se encarga de buscar logos o dibujos registrados.
- Registro de marca, siempre y cuando no se haya encontrado un nombre, lema o logo exactamente igual que implica un costo de S/ 549.48. Debe adjuntarse lo siguiente:
 - Tres reproducciones de 5x5 cm. A color o blanco y negro.

- Descripción de acuerdo a solicitud (formato).
- Si el solicitante es persona jurídica, debe presentar copia de Escritura pública de constitución y copia de poder, luego publicar el aviso en el diario oficial.

4.3.4. Regulación Sanitaria y Ambiental

Se observaran las prácticas sanitarias y de higiene destinadas a prevenir la aparición y propagación de enfermedades, de conformidad con lo estipulado en la Ley General de Salud N° 26842.

Para poder cuidar nuestro medioambiente el estado propone el Manual de Legislación Ambiental dedicado a promover la protección y conservación del medio ambiente, el patrimonio cultural y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y creando consciencia mediante SPDA SOCIEDAD PERUANA DERECHO AMBIENTAL en las provincias con los programas ambientales.

4.3.5. Regulación sobre Salud y Seguridad Ocupacional:

Una de las principales preocupaciones de una compañía debe ser el control de riesgos que atentan contra la salud de sus trabajadores

Para ello de acuerdo a las disposiciones de la Organización Internacional del Trabajo OIT y las leyes establecidas en el país conforme al Sistema de Riesgos Profesionales, ha de elaborar un Programa de Salud Ocupacional pendiente a preservar, mantener y mejorar la salud individual y colectiva de los trabajadores; El Reglamento de la Ley N° 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo, DECRETO SUPREMO N° 005-2012-TR reconoce el derecho a la salud de toda persona en cualquier ámbito, incluido el laboral. Con el objeto de promover una cultura de prevención de riesgos laborales a través del deber de la prevención de los empleadores, el rol de fiscalización y control del Estado y la participación de los trabajadores y sus organizaciones sindicales, quienes a través del diálogo social, deben velar por la promoción, difusión y cumplimiento de la normativa sobre la materia. Este decreto ley consta de siete (7) títulos, quince (15) capítulos, ciento

veintitrés (123) artículos, una (01) Disposición Complementaria Final, catorce (14) Disposiciones Complementarias Transitorias, un(01) Glosario y dos (2) Anexos.

4.3.6. Base Legal de Exportación/Importación:

4.3.7. Costos de los Demás Aspectos Legales

- Ley 28015, Ley de pequeñas empresas.
- Norma de colección 10% sobre ventas.
- Nueva Ley General de Sociedades Mercantiles.

CAPÍTULO V: ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1. Planeamiento Estratégico:

Nuestra misión será brindar un servicio de Hotelería y Turismo que supere las expectativas de nuestros huéspedes, difundiendo y promoviendo los productos de calidad que hay en Otuzco.

Lo haremos en un ámbito donde la calidez, honestidad y la actitud proactiva del equipo refleje el compromiso con la dirección de los visitantes y proveedores. Trabajando para que los clientes sientan el deseo de volver.

5.1.1. Misión

Ser el hotel más auténtico de la región, reconocido por brindar seguridad y privacidad a nuestros clientes, con ambientes agradables y confortables con un servicio personalizado.

5.1.2. Visión:

Ser en el 2017 un hotel líder en la ciudad de Otuzco, brindando un servicio de calidad con un ambiente acogedor; logrando obtener en el rubro hotelero gran capacidad adquisitiva de clientes. Y mostrar constantemente un espíritu de renovación.

VALORES

- Honestidad
- Responsabilidad
- Constancia
- Respeto
- Honradez.

5.1.3. Objetivos Estratégicos

- Ofrecer paquetes promocionales para clientes frecuentes.
- Formar alianzas con empresas mineras.
- Fomentar el turismo de la ciudad conjuntamente con la Municipalidad de Otuzco y sus pueblos aledaños.
- Formar alianzas con empresas de transporte que realicen viajes a Otuzco.

- Crear nuestra página web para promocionar la calidad de nuestros servicios
- Analizar mensualmente nuestros indicadores de captación de clientes para obtener el resultado de clientes que nos eligen cada mes.

5.1.3.1. Perspectiva Financiera

- Incremento de la afluencia de visitas de los clientes por medio de nuevas promociones.
- Reducir la frecuencia de pérdidas en las diferentes áreas del Hotel (insumos innecesarios)
- Reducir costos de servicios.
- Obtener rentabilidad en el capital empleado

5.1.3.2. Perspectiva de Clientes

- Consolidar la satisfacción de nuestros clientes.
- Contar con ambientes adecuados según el clima de la región.
- Optimización el tiempo de atención al cliente.
- Fidelizar a nuestros clientes.

5.1.3.3. Perspectiva de Operaciones y Procesos

- Seleccionar mercados rentables.
- Mejorar los procesos de Calidad en la atención a los clientes.
- Administrar y controlar las reclamaciones de los clientes.
- Manejar en el tiempo adecuado los posibles riesgos que afecten nuestra rentabilidad.
- Innovar Promociones para Empresas y Turistas.
- Contar con mayor número de proveedores.

- Afianzar el sistema de Calidad de Servicios.

5.1.3.4. Perspectiva de Organización y Aprendizaje

- Capacitar al personal.
- Propiciar Participación de los empleados.
- Mejorar el flujo de información entre suscripciones y reclamaciones.
- Fidelizar a nuestro personal por medio de motivaciones y beneficios.

5.1.4. FODA

Fortalezas

- Cuenta con local propio.
- Realizar reuniones con los empleados 2 veces por mes para comunicar sus ideas y problemáticas dentro de la empresa.
- Diversificación de Servicios.
- Cochera Propia.
- Contar con Proveedores especializados
- Utilizar tarjeta de crédito.
- Contaremos con medios electrónicos y tecnológicos para registrar huéspedes y su total consumo.
- Internet inalámbrico en todas las habitaciones.
- Buena ubicación y accesibilidad de nuestro establecimiento hotelero.

Debilidades

- Ser nuevo en el mercado Hotelero
- Gran cantidad con respecto a la oferta en la zona.
- No somos una empresa posicionada en la mente de nuestros clientes.
- No contar con base de datos de clientes.
- Costo de mantenimiento

Oportunidades

- Tener empresas mineras alrededor de la ciudad.
- Crecimiento económico del sector turismo.
- Contar con nuevas instalaciones.
- Buena ubicación.
- Ofrecer un precio de acuerdo al mercado que brindara mayores beneficios a nuestros clientes.
- Realizar alianzas estratégicas

Amenazas

- Disminución de la Demanda
- Competencia de Otros Hoteles.
- Aumento de Oferta.
- La Competencia podría bajar sus precios.
- No lograr una fidelidad de nuestro segmento.
- Que nuestro segmento cambie de ruta o lugar de visita.
- Desastres naturales.
- Cambio de gustos, preferencias y expectativas de nuestros clientes.

LA MATRIZ FODA

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	<p>Lista de Fortalezas</p> <p>F1. Cuenta con local propio.</p> <p>F2. Realizar reuniones con los empleados 2 veces por mes para comunicar sus ideas y problemáticas dentro de la empresa.</p> <p>F3. Diversificación de Servicios.</p> <p>F4. Cochera Propia</p> <p>F5. Contar con Proveedores especializado</p> <p>F6. Utilizar tarjeta de crédito.</p> <p>F7. Contaremos con medios electrónicos y tecnológicos para registrar huéspedes y su total consumo.</p> <p>F8. Internet inalámbrico en todas las habitaciones.</p> <p>F9. Buena ubicación y accesibilidad de nuestro establecimiento hotelero</p>	<p>Lista de Debilidades</p> <p>D1. Ser nuevo en el mercado Hotelero</p> <p>D2. Gran cantidad con respecto a la oferta en la zona.</p> <p>D3. No somos una empresa posicionada en la mente de nuestros clientes.</p> <p>D4. No contar con base de datos de clientes</p> <p>D5. Costo de mantenimiento</p>
<p>Lista de Oportunidades</p> <p>O1. Tener empresas mineras alrededor de la ciudad.</p> <p>O2. Crecimiento económico del sector turismo</p> <p>O3. Buena ubicación</p> <p>O4. Ofrecer un precio de acuerdo al mercado que brindaramayores</p>	<p>FO (Maxi – Maxi)</p> <p>Ofrecer más beneficios para lograr satisfacer a nuestro segmento del nivel socioeconómico A, B Y C.</p> <p>También a través de nuestro personal que brindara un servicio personalizado podemos posicionarnos como una empresa líder en el mercado.</p>	<p>DO (Mini – Maxi)</p> <p>Minimizamos la debilidad de ser una empresa nueva en el mercado hotelero brindando mejores servicios que la competencia a un precio igual y de esta manera lograr una fidelización de los clientes.</p>

<p>beneficios a nuestros clientes</p> <p>O5. Realizar alianzas estratégicas.</p>		
<p>Lista de Amenazas</p> <p>A1. Disminución de la Demanda.</p> <p>A2. Competencia de Otros Hoteles</p> <p>A3. Aumento de Oferta</p> <p>A4. La Competencia podría bajar sus precios</p> <p>A5. No lograr una fidelidad de nuestro segmento</p> <p>A6. Que nuestro segmento cambie de ruta o lugar de visita.</p> <p>A7. Desastres naturales.</p> <p>A8. Cambio de gustos, preferencias y expectativas de nuestros clientes.</p>	<p>FA (Maxi – Mini)</p> <p>Brindar calidad total a través de nuestro personal altamente calificado.</p> <p>Un servicio con alta tecnología y estar en constante preocupación por la satisfacción de sus gustos, preferencias de nuestros clientes.</p>	<p>DA (Mini – Mini)</p> <p>Creando mejores alianzas estratégicas con personas que conozcan el mercado hotelero y cuenten con la debida experiencia y a la vez ser constantes en el aprendizaje del manejo del Hotel.</p>

5.1.5 MATRIZ EFI

EMPRESA

	FACTORES CRÍTICOS	PESO	PONDERACIÓN	TOTAL
FORTALEZA	Local propio	0.07	4	0.28
	Comunicación con empleados	0.04	3	0.12
	Diversidad de Servicios	0.07	3	0.21
	Contar con Internet	0.05	3	0.15
	Ubicación y accesibilidad	0.07	3	0.21
	Cochera propia	0.06	3	0.18
	Cuenta con proveedores	0.05	3	0.15
	Medios electrónicos y tecnológicos para registrar a los clientes	0.05	4	0.20
	Utiliza tarjetas de crédito	0.07	4	0.28
	Contar con tecnología	0.08	3	0.24
	SUBTOTAL	0.61		2.02
	Ser nuevo en el mercado hotelero.	0.07	2	0.14
	No contar con profesionales en Hotelería	0.06	1	0.06
D E B I L I D A D	Falta de posicionamiento en la mente del consumidor	0.07	1	0.07
	Masiva oferta en la zona	0.07	1	0.07
	No contar con base de datos de clientes.	0.06	1	0.06
	Costo de mantenimiento	0.06	1	0.06
	SUBTOTAL	0.39		0.46
	TOTAL	1		2.48

MATRIZ EFE

ENTORNO

	FACTORES CRÍTICOS	PESO	PONDERACIÓN	TOTAL
OPORTUNIDAD	Tener empresas mineras alrededor de la ciudad.	0.05	3	0.15
	Crecimiento económico del sector turismo.	0.07	3	0.21
	Contar con nuevas instalaciones.	0.09	4	0.36
	Ofrecer el mismo precio que la Competencia	0.09	4	0.36
	Buena ubicación	0.10	4	0.40
	Realizar Alianzas Estratégicas.	0.10	4	0.40
	SUBTOTAL	0.5		1.88
AMENAZA	Disminución de la Demanda.	0.08	3	0.24
	Competencia de otros Hoteles.	0.09	3	0.27
	Aumento de Oferta	0.10	4	0.40
	Precios bajos de la Competencia	0.09	3	0.27
	No lograr fidelizar a nuestro segmento.	0.08	4	0.32
	Que nuestro segmento cambie de ruta o lugar de visita.	0.06	2	0.12
	SUBTOTAL	0.5		1.62
		1	3.5	

5.1.6. Análisis de la Competitividad del Proyecto

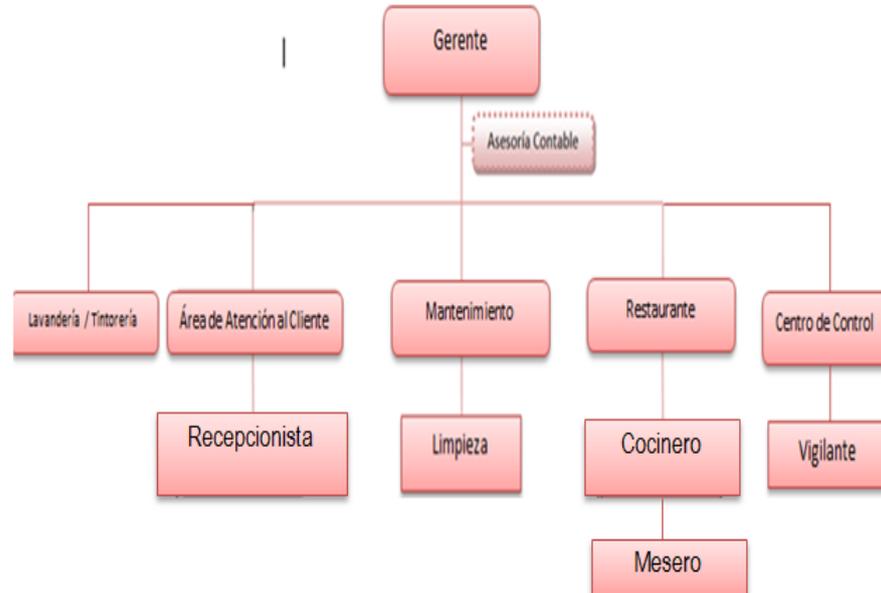
- Nuestro análisis de la Competitividad está basado en ofrecer un ambiente moderno, confortable, seguro y cómodo; otorgando descuentos y promociones a nuestros clientes frecuentes.
- Nuestras habitaciones cuentan con los equipos necesarios para un mejor acondicionamiento y sobrellevar el frío y la humedad que es originada en la ciudad de Otuzco propia de su naturaleza, siendo una ventaja competitiva de diferenciación con otros Hoteles. Para nuestros clientes ejecutivos contaremos con áreas de reuniones y equipos tecnológicos que ayuden a ofrecer un servicio de calidad y ser líder en el mercado.

5.1.7. Estrategia de Entrada y Crecimiento.

- Las estrategias que utilizaremos para captar a nuestros clientes es utilizar la Especialización, Diversificación; Crecimiento Interno y Externo.
- Nuestras estrategias se basan en especializarnos en una atención de calidad, mediante capacitación a nuestros trabajadores; otorgando diversificación de servicios según la exigencia de nuestros clientes, dependiendo de la ocasión de su visita ya sea de negocios, paseo, o noche de bodas, etc.
- Nuestro Hotel creará su página web con la intención de facilitar su reserva y elegir la habitación a su agrado, no solo para clientes nacionales sino también para clientes extranjeros que desean conocer las costumbres de Otuzco.
- Para hacer una diferenciación de nuestros servicios otorgaremos cómo valor agregado el servicio de desayuno como cortesía, promociones a empresas mineras y turistas que tengan mayor permanencia en nuestra estancia.
- No solo trabajaremos en la calidad de nuestros clientes externos si no en capacitar y contar un equipo constante de trabajadores que sepan los gustos y reconozcan a nuestros clientes, apoyándolos a crecer en su formación

5.1.8. Estructura Organizacional

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA



Fuente: Elaboración Propia

5.2. Plan de Mercadotecnia

Nuestro Plan de Mercadotecnia se basará en describir como alcanzaremos nuestros objetivos, empleando los recursos adecuados, y saber los métodos que debemos implementar para lograr captar a nuestros futuros clientes.

Objetivos

- Incrementar sus ventas cada año en 25%
- Lograr que el servicio sea excelente.
- Captación de nuevos clientes.
- Fidelización de los clientes
- Lograr la satisfacción de nuestros clientes
- Ampliar la forma de pago de los clientes: tarjetas de créditos

5.2.1 Plan de Crecimiento Comercial

- Trabajaremos en mejorar en los resultados de captación de clientes y realizaremos alianzas estratégicas con empresas de turismo en la ciudad de Trujillo, para ello debemos trabajar de la mano con la Municipalidad de Otuzco.
- Nuestro crecimiento debe ser planificado en un horizonte de 3 a 5 años.
- Determinar oportunidades de negocio frente a nuestra competencia y buscar mercados insatisfechos y analizar nuestro mercado.
- Nuestra ventaja competitiva sostenible en el tiempo y defendible a la competencia es tener nuestra propia área de estacionamiento y área de reuniones para nuestros clientes.
- Generar la comunicación interna y externa incrementando la motivación de los integrantes de la empresa.
- Generar informes al directivo cada mes para tomar la correcta toma decisiones y conseguir el crecimiento deseado.
- Nuestro plan de crecimiento debe ser una herramienta que ayude a conseguir nuestro desarrollo empresarial tanto interno como externo de manera planificada y controlada en el tiempo exacto. Estamos al tanto de la creciente preocupación de la población por la comodidad, el cuidado personal y la oportunidad de conseguir precios más accesibles hacen buscar mayor alternativa lo que contribuye a potenciar la actividad hotelera.

5.2.2. Mercado Meta

Nuestro mercado meta son turistas nacionales, extranjeros y mineros Liberteños. Son clientes que buscan un hotel que ofrezca un buen trato y excelente presentación.

5.2.3 Calidad Intrínseca

Nuestro hotel se distingue por contar con habitaciones modernos, área de reunión, área de estacionamiento, tecnología moderna y calidad de servicio.

5.2.4. Costo para el cliente

Nuestro costo para el cliente dependerá de calcular el costo del servicio y el margen del servicio al nivel del cliente, así podremos predecir nuestra rentabilidad y reconfigurando la red para reducir los costos fijos y variables donde sea posible.

5.2.5. Conveniencia

Nuestro Plan de Mercadotecnia debe evaluar y determinar los beneficios que los clientes tendrán a elegirnos como empresa hotelera, resaltando las diferencias que existen con nuestros competidores; por medio de alianzas estratégicas con empresas mineras podremos promocionar y fidelizar a nuestros futuros clientes.

5.2.6. Comunicación

Para fidelizar a nuestros clientes externos debemos fidelizar primero a nuestros clientes internos para ellos debemos trabajar en:

Flujo de Comunicación, un Clima Laboral, la Cultura e Identidad Empresarial y Capacitación en la atención de Servicio, ayudando a impactar directamente en el logro de los objetivos empresariales. Poniendo en práctica estos factores fortaleceremos los vínculos entre los miembros de la organización, creando a su vez identidad e imagen Corporativa.

5.2.7. Posicionamiento

La empresa Hotelera iniciara su posicionamiento a través de página web resaltando la comodidad, innovación e infraestructura de nuestras instalaciones con la finalidad de posicionarnos en la mente del consumidor.

En las encuestas pudimos observar que los Turistas nacionales, extranjeros y mineros Liberteños no están conformes con la

infraestructura de los hoteles de la ciudad, ni con la calidad de servicio, no cuentan con servicio de restaurante, ni atención las 24 horas.

5.2.8. Presupuesto de Marketing

PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS

(En nuevos soles)

Descripción	01	02	03	04	05
Publicidad y Marketing	950.00	1,100.00	1,250.00	1,250.00	1,550.00
Publicidad	300.00	350.00	400.00	400.00	500.00
Actividades y Eventos	250.00	300.00	350.00	350.00	450.00
Merchandising	400.00	450.00	500.00	500.00	600.00
Uniformes	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
Sueldos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL SIN IGV	1,450.00	1,600.00	1,750.00	1,750.00	2,050.00
TOTAL CON IGV	1,711.00	1,888.00	2,065.00	2,065.00	2,419.00
IGV	261.00	288.00	315.00	315.00	369.00

Elaboración propia

5.3 EQUIPO DE TRABAJO

5.3.1 Descripción de Posiciones

En nuestra descripción de Posiciones estableceremos el escenario que se encuentra la empresa y quienes participan en ella; informando de la jerarquía de cada miembro que conforme nuestro equipo de trabajo para poder visualizar las funciones de cada uno.

En nuestra descripción de posiciones podemos observar a nuestro equipo colaborar a dónde le gustaría llegar si su rendimiento dentro de la empresa llegará a ser desarrollado según su máximo potencial.

Permitirá conocer a cada persona que hay puestos superiores que pueden alcanzarlos, para ello deben destacar en el área en que laboran en la actualidad así podrán optar por nuevos cargos.

Nuestra empresa realiza una Rotación de Personal para que todos nuestros empleados estén capacitados y puedan resolver los problemas que existen día a día en la empresa, ello ayudará a innovar y mejorar su desenvolvimiento a través de este tipo de Dinámica.

Nuestra empresa contará con:

- Administrador o Gerente – Conformado por 1 persona.

- Asesoría Contable – Conformado por 1 persona

Y las siguientes áreas:

- Recepción
- Mantenimiento
- Lavandería
- Restaurante - Cafetería
- Vigilancia

5.3.2. Manual de Organizaciones y Funciones

- **Área Administrativas:**

Funciones:

- Ejercer la representación administrativa, comercial y judicial de la sociedad, pudiendo representarla ante toda clase de autoridades políticas, administrativas y municipales, así como ante toda clase de empresas públicas y privadas.
- Dirigir la contabilidad, ejerciendo la vigilancia necesaria, para que todas las operaciones contables se encuentren al día.
- Separar y remplazar el personal subalterno y contratar a los empleados que sean necesarios para la buena marcha de la misma.
- Dar cuenta, al Directorio, de la marcha y estado de todas las actividades de la empresa, como la recaudación, inversión, existencia de fondos, etc.
- Proponer al Directorio objetivos, estrategias y acciones específicas, para el desarrollo y crecimiento del Hotel.

- **Área de Recepción**

El área de recepción es la tarjeta de presentación del hotel. Tiene gran importancia de cara a la clientela, ya que es el primer departamento con el que el cliente tiene relación, bien sea de

una forma personal a su llegada, bien a través de cualquier medio de comunicación, teléfono, fax, carta, etc., si hace reserva antes de su llegada.

- **Perfil de Recepcionista**

Para ser un buen empleado de recepción se requieren estas cualidades:

- Conocimientos en Administración Hotelera, y Turismo
- Dominio de Idiomas extranjeros con lenguaje fluido y claro
- Aptitudes para manejar efectivo
- Capacidad de decisión.
- Amable
- De muy alto espíritu de servicio.

El recepcionista debe ser una persona muy bien educada La preparación no solamente del trabajo de recepción, sino también de toda la información turística que el cliente requiere. La presentación personal es importantísima, ya que el aseo del empleado va a contribuir a que el cliente tenga una imagen buena del hotel.

Funciones

- Recibe a los huéspedes
- Vende y asigna habitaciones
- Da información general del hotel
- Hace el registro de entrada del huésped
- Revisa el reporte de habitaciones con la ayuda del personal de limpieza.
- Lleva el control de entrada/salida de huéspedes.
- Reporta al personal las habitaciones check out para fines de limpieza.
- Lleva el control de las llaves de la habitación.

- **Área de Restaurante**

Se encargará de atender con mucha amabilidad y brindar al huésped bebidas y potajes que quiera disfrutar durante el tiempo de su estadía en el hotel. En esta área nuestros huéspedes

tendrán un contacto directo y dependerá este trato para crear una imagen positiva del hotel.

En esta área nosotros lograremos sobrepasar las expectativas de nuestros clientes y lograr la excelencia de servicio.

Perfil

- Técnicas y Experiencia comprobada
- Conocimiento del Puesto
- Apariencia personal
- Idiomas
- Cortesía
- Puntualidad
- Honestidad
- Buen trato
- Conocimiento de gastronomía

Funciones

- Seleccionar y revisar los alimentos
- Supervisar la limpieza de su área.
- Establecer la coordinación con el Administrador con respecto a las compras de alimentos y bebidas que se requieran en el hotel con anticipación y habiendo un stock mínimo de insumos.
- Solicitar al administrador la compra de equipo y suministros faltantes.
- Verifica periódicamente máximo y mínimo de vinos y licores que debe tener cada bar.
- Autoriza requisiciones al almacén de bebidas.
- Autoriza las cuentas que se enviaron para su cobro.

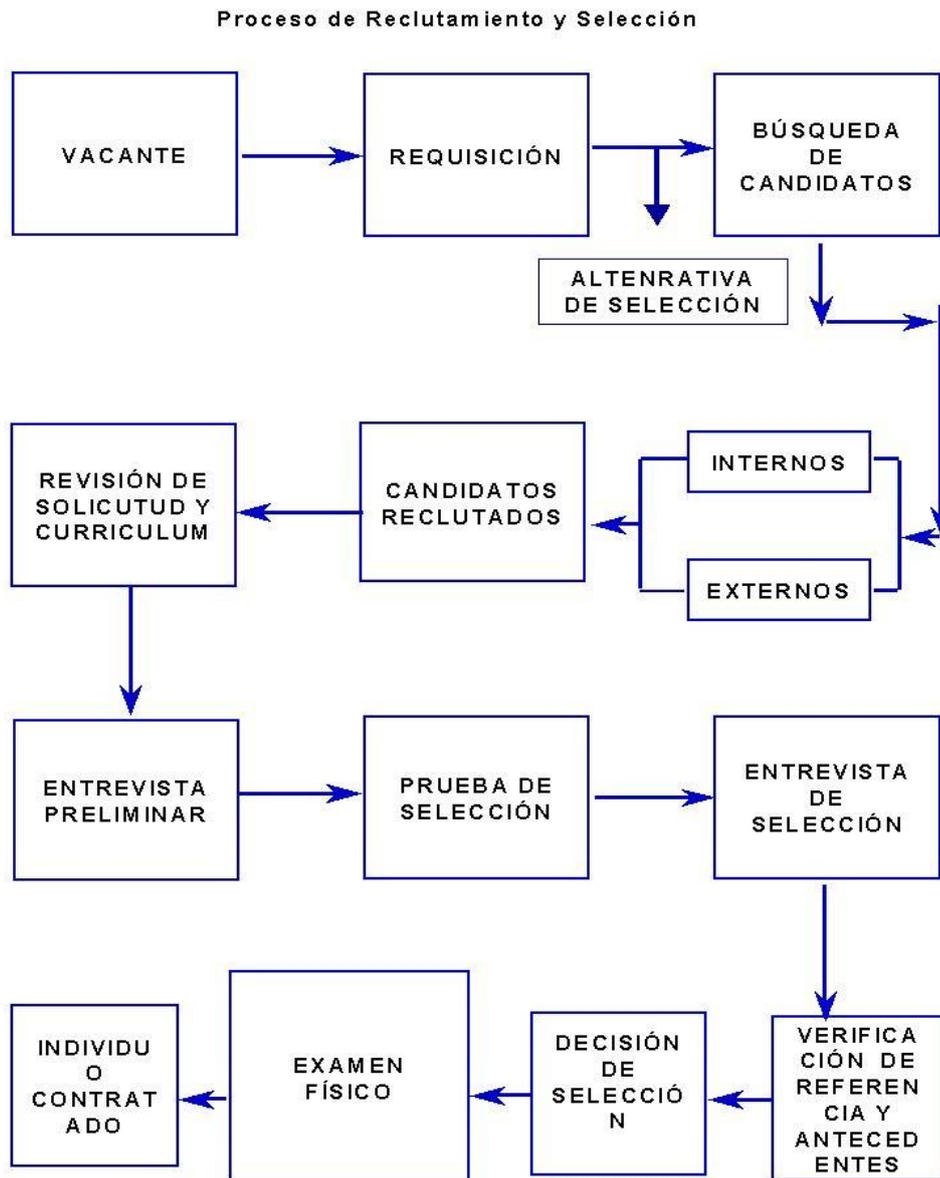
- **Lavandería**

El área de lavandería se encargará de prestar servicio a nuestros huéspedes y de reportar objetos encontrados en la ropa u objetos del cliente para ser devueltos correctamente.

Funciones:

- Lavar todo los cobertores y ropa del hotel.
- Hacer pedido de los materiales que necesita para su área.

5.3.3. Proceso de Reclutamiento y Selección



5.3.4. Plan de Desarrollo del Personal y Monitoreo

El desarrollo del personal en nuestra organización tiene como finalidad el proceso de capacitación y evaluación, que consiste en hacer conocer al colaborador los principales aspectos de la empresa (visión, misión, valores y reglas) y de sus labores (tareas, funciones y responsabilidades de su cargo) a través de talleres, los

capacitaremos constantemente para que estén acorde al mercado competente.

Una vez capacitados, estarán como máximo tres meses de prueba para ser evaluados y determinar si cumplen con las competencias que esperamos para poder ofrecer un servicio de primer nivel.

5.3.5 Política y Fijación de Remuneración

PRESUPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL Y SERVICIOS DE TERCEROS

(En nuevos soles)

Concepto	Nº de Trabajadores	Sueldo Mensual	CTS	Beneficios Sociales	Sueldo Total	Sueldo Anual	TOTAL
MANO DE OBRA DIRECTA							
Recepcionista	3	750	75.00	67.50	892.50	12,495.00	37,485.00
Lavandería	1	750	75.00	67.50	892.50	12,495.00	12,495.00
Limpieza	1	750	75.00	67.50	892.50	12,495.00	12,495.00
Cocinero	1	750	75.00	67.50	892.50	12,495.00	12,495.00
Mesero	1	750	75.00	67.50	892.50	12,495.00	12,495.00
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA							87,465.00
MANO DE OBRA INDIRECTA							
TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA							-
ADMINISTRACION							
Gerente	1	1,200.00	120.00	108.00	1,428.00	19,992.00	19,992.00
SERVICIOS POR TERCEROS							
Asesoría contable	1	400.00			400.00	4,800.00	4,800.00
Vigilancia	1	850.00			850.00	10,200.00	10,200.00
TOTAL SUELDO ADMINISTRATIVOS							34,992.00
VENTAS							
TOTAL SUELDO VENTAS							-

Referencia Organigrama - Estimaciones Propias

CAPÍTULO VI: ESTUDIO DE COSTOS

6.1. Inversiones:

INVERSIÓN, DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS

Horizonte	5
-----------	---

(En nuevos soles - Sin IGV)

CONCEPTO	Inversión			Depreciación/Amortización			Valor residual
	Cantidad	Precio	Total	Vida útil	Tasa	Valor	
Infraestructura			10,500.00				
Acondicionamiento	1	10,500	10,500	30	0.03	350.00	
Maquinaria y Equipo	Cantidad		67,920.00			6,792.00	33,960.00
+ Equipo de música	1	450	450	10	10%	45.00	225.00
+ Televisor Sony y DVD	36	1,400	50,400	10	10%	5,040.00	25,200.00
+ Circuito cerrado	1	1,300	1,300	10	10%	130.00	650.00
+ Ventiladores	2	100	200	10	10%	20.00	100.00
+ roperos	35	380	13,300	10	10%	1,330.00	6,650.00
+ lavadora	3	650	1,950	10	10%	195.00	975.00
+ Extintor	4	80	320	10	10%	32.00	160.00
Equipos de Procesamiento de Datos	Cantidad		5,390.00			539.00	24255.00
Computadora	2	1,150.00	2,300.00	5	10%	230.00	1,150.00
Cañon Multimedia	1	1,200.00	1,200.00	5	10%	120.00	
Laptop	1	1,350.00	1,350.00	5	10%	135.00	
Impresora de inyeccion	2	270.00	540.00	5	10%	54.00	270.00
Mobiliario	Cant.		97,676.00			9,760.60	439,577.00
02 ESCRITORIOS CON SILLON	2	490.00	980.00	5	10%	98.00	490.00
04 SILLONES	4	230.00	920.00	5	10%	92.00	460.00
35 COMODAS	35	450.00	15,750.00	5	10%	1,575.00	
50 COLCHONES 1 PLAZA Y MEDIA + Bus tarima	50	1,250.00	62,500.00	5	10%	6,250.00	
04 TERMAS 80 LITROS	4	1,219.00	4,876.00	5	10%	487.60	
05 COLCHONES 2 PLAZAS + Bus Tarima	5	1,490.00	7,450.00	5	10%	745.00	
35 MUEBLES DE DORMITORIO	35	80.00	2,800.00	5	10%	280.00	
30 SILLAS - CHARLAS	30	15.00	450.00	5	10%	45.00	
20 SILLAS - RESTAURANTE	20	15.00	300.00	5	10%	30.00	
06 CUADROS	6	40.00	240.00	5	10%	24.00	
16 MESAS - REDONDAS	16	30.00	480.00	5	10%	48.00	
3 PLANCHAS	3	40.00	120.00	5	10%	12.00	
02 PLANCHADORES	2	35.00	70.00				
01 CARRITO PARA LIMPIEZA	1	90.00	90.00	5	10%	9.00	
01 MUEBLE PARA COMPUTADORA	1	320.00	320.00	5	10%	32.00	160.00
01 MOSTRADOR	1	330.00	330.00	5	10%	33.00	165.00
Intangibles			9,393.60			939.36	4,696.80
Estudio de Pre-Factibilidad	1	1,800.00	1,800.00	5	10%	180.00	900.00
Estudios Definitivos	1	1,500.00	1,500.00	5	10%	150.00	750.00
Constitución y Organización de Empresa	1	3,020.00	3,020.00	5	10%	302.00	1,510.00
<i>Constitución de Empresa</i>		620.00					
<i>Licencias Municipales</i>		450.00					
<i>Anuncios Publicitarios</i>		340.00					
<i>Libros de Contabilidad</i>		150.00					
<i>Libro de Planillas</i>		60.00					
<i>Registro de Marca</i>		900.00					
<i>Regulacion Sanitaria</i>		500.00					
Lanzamiento	1	1,200.00	1,200.00	5	10%	120.00	600.00
Software	1	1,100.00	1,100.00	5	10%	110.00	550.00
Reclutamiento y Selección de Personal	1	500.00	500.00	5	10%	50.00	250.00
Imprevistos 3%	3%	273.60	273.60	5	10%	27.36	136.80
TOTAL ACTIVOS FIJOS		<i>Inversión</i>	170,986.00	<i>Depreciación</i>	17,091.60	<i>Valor Residual</i>	497,792.00
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES		<i>Inversión</i>	9,393.60	<i>Amortización</i>	939.36	<i>Valor Residual</i>	4696.80

Elaboración propia - Fuente: SUNAT

Podemos concluir que tenemos una inversión en activo fijo de 170, 986.00 Nuevos Soles, con una depreciación anual de 17,091.60 nuevos soles, obteniendo al final del quinto periodo un valor de desecho de 497,792.00 nuevos soles, También observamos que la inversión de activos intangible es de 9,393.60 nuevos soles, con una amortización de 939.36 nuevos soles.

6.1.1. Inversiones en Activo Fijo:

La inversión total del proyecto en activo fijo será de S/.170,986.00 correspondiendo el mayor gasto al rubro inmuebles con S/.10, 500 que comprende infraestructura. Le siguen en orden muebles y enseres con S/. 97,676.00 y gasto maquinaria y equipo con S/.67,920.00

RESUMEN DE LAS INVERSIONES

(En nuevos soles)

Descripción	Monto sin IGV	Monto con IGV	IGV
Activo Fijo	170,986.00	201,763.48	30,777.48
Activo Intangible	9,393.60	11,084.45	1,690.85
Capital de Trabajo	32,897.45	35,103.43	
TOTAL	213,277.05	247,951.36	32,468.33

Se considera Capital de Trabajo para 2 meses

Elaboración propia

La inversión requerida para el Proyecto “Hotel Tasky” asciende a S/.247,951.36 distribuida en activo fijo, activo intangible y capital de trabajo.

El capital de trabajo, indica el fondo económico que utiliza la empresa para seguir reinvertiendo y lograr utilidades y así mantener la operación corriente del negocio. Este capital debe estar disponible a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

6.1.2. Inversiones en Activo Intangible:

El presupuesto requerido es de S/.9,393.60 distribuido en las siguientes partidas: Estudios Definitivos (S/.1500) constitución y organización de empresas (S/. 3,020.00), imprevistos (S/. 273.60) entre otros.

6.1.3. Inversión en Capital de Trabajo

INVERSION Y REINVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

(En nuevos soles)

Concepto	00	2017	2018	2019	2020	2021
		01	02	03	04	05
Costos de Producción		148,047.91	152,097.45	158,925.16	163,288.11	170,518.01
Gastos Administrativos		47,886.76	49,689.26	50,873.51	50,976.51	52,193.20
Gastos de Ventas		1,450.00	1,600.00	1,750.00	1,750.00	2,050.00
Total de Costos y Gastos		197,384.67	203,386.71	211,548.68	216,014.62	224,761.21
Variaciones del Capital de Trabajo	197,384.67	6,002.03	8,161.97	4,465.95	8,746.59	
Factor de Desface	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	
TOTAL SIN IGV	32,897.45	1,000.34	1,360.33	744.32	1,457.76	0.00
Costos de Producción		158,952.84	163,731.29	171,315.68	176,463.96	184,508.76
Gastos Administrativos		49,956.76	52,074.26	53,276.51	53,397.51	54,632.20
Gastos de Ventas		1,711.00	1,888.00	2,065.00	2,065.00	2,419.00
Total de Costos y Gastos		210,620.60	217,693.55	226,657.19	231,926.47	241,559.96
Variaciones del Capital de Trabajo	210,620.60	7,072.95	8,963.65	5,269.28	9,633.49	
Factor de Desface	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	
TOTAL CON IGV	35,103.43	1,178.83	1,493.94	878.21	1,605.58	0.00

Elaboración propia

6.2. Costos y Gastos Proyectados
6.2.1. Materia Prima Directa:
PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

ITEM	%	2017	2018	2019	2020	2021
		01	02	03	04	05
PRODUCCION		3,221	3,437	3,660	3,892	4,133
habitacion simple	51%	1,643	1,753	1,867	1,985	2,108
habitacion doble	32%	1,031	1,100	1,171	1,245	1,322
habitación triple	12%	387	412	439	467	496
Suite	5%	161	172	183	195	207
TOTAL MATERIALES	100%	3,221	3,437	3,660	3,892	4,133

Elaboración propia

PRESUPUESTO TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS SEGÚN PRODUCTO

(En nuevos soles)

ITEM	01	02	03	04	05
habitacion simple	7,797	8,318	8,859	9,420	10,003
habitacion doble	9,609	10,251	10,918	11,610	12,328
habitación triple	4,914	5,242	5,583	5,937	6,304
Suite	2,593	2,767	2,947	3,133	3,327
TOTAL MATERIALES	24,913	26,578	28,307	30,101	31,963

Elaboración propia

6.2.2. Mano de Obra Directa

PRESUPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL Y SERVICIOS DE TERCEROS

(En nuevos soles)

Concepto	Nº de Trabajadores	Sueldo Mensual	CTS	Beneficios Sociales	Sueldo Total	Sueldo Anual	TOTAL
MANO DE OBRA DIRECTA							
Recepcionista	3	750	75.00	67.50	892.50	12,495.00	37,485.00
Lavanderia	1	750	75.00	67.50	892.50	12,495.00	12,495.00
Limpieza	1	750	75.00	67.50	892.50	12,495.00	12,495.00
Cocinero	1	750	75.00	67.50	892.50	12,495.00	12,495.00
Mesero	1	750	75.00	67.50	892.50	12,495.00	12,495.00
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA							87,465.00
MANO DE OBRA INDIRECTA							
TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA							-
ADMINISTRACION							
Gerente	1	1,200.00	120.00	108.00	1,428.00	19,992.00	19,992.00
SERVICIOS POR TERCEROS							
Asesoría contable	1	400.00			400.00	4,800.00	4,800.00
Vigilancia	1	850.00			850.00	10,200.00	10,200.00
TOTAL SUELDO ADMINISTRATIVOS							34,992.00
VENTAS							
TOTAL SUELDO VENTAS							-

Referencia Organigrama - Estimaciones Propias

6.2.3. Costos y Gastos Indirectos de Fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

(En nuevos soles)

ITEM	%	01	02	03	04	05
Electricidad	21.12%	7,440.00	7,937.31	8,453.56	8,989.36	9,545.34
Toallas	17.04%	6,000.00	6,401.06	6,817.39	7,249.49	7,697.85
Sábanas	25.55%	9,000.00	9,601.59	10,226.08	10,874.23	11,546.78
Cortinas	7.67%	2,700.00	2,880.48	3,067.83	3,262.27	3,464.03
Juego de cama	13.97%	4,920.00	5,248.87	5,590.26	5,944.58	6,312.24
Agua	14.65%	5,160.00	5,504.91	5,862.95	6,234.56	6,620.15
TOTAL MATERIALES	100%	35,220.00	37,574.21	40,018.07	42,554.48	45,186.40

* Incluye costo de flete

6.2.4. Gastos de Administración

PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

(En nuevos soles)

Descripción	2017					2018					2019					2020					2021					
	01	02	03	04	05	01	02	03	04	05	01	02	03	04	05	01	02	03	04	05	01	02	03	04	05	
Útiles de Escritorio	300.00	400.00	450.00	500.00	550.00	300.00	400.00	450.00	500.00	550.00	300.00	400.00	450.00	500.00	550.00	300.00	400.00	450.00	500.00	550.00	300.00	400.00	450.00	500.00	550.00	
Útiles de Limpieza	400.00	450.00	500.00	550.00	600.00	400.00	450.00	500.00	550.00	600.00	400.00	450.00	500.00	550.00	600.00	400.00	450.00	500.00	550.00	600.00	400.00	450.00	500.00	550.00	600.00	
Sueldos	34,992.00	34,992.00	36,041.76	36,041.76	37,123.01	34,992.00	34,992.00	36,041.76	36,041.76	37,123.01	34,992.00	34,992.00	36,041.76	36,041.76	37,123.01	34,992.00	34,992.00	36,041.76	36,041.76	37,123.01	34,992.00	34,992.00	36,041.76	36,041.76	37,123.01	37,123.01
Plan de Capacitación	0.00	700.00	700.00	700.00	700.00	0.00	700.00	700.00	700.00	700.00	0.00	700.00	700.00	700.00	700.00	0.00	700.00	700.00	700.00	700.00	0.00	700.00	700.00	700.00	700.00	
Alquileres*	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	
Mantenimiento y Reparación del Local	0.00	900.00	900.00	900.00	900.00	0.00	900.00	900.00	900.00	900.00	0.00	900.00	900.00	900.00	900.00	0.00	900.00	900.00	900.00	900.00	0.00	900.00	900.00	900.00	900.00	
Imprevistos 3%	1,394.76	1,447.26	1,481.75	1,484.75	1,520.19	1,394.76	1,447.26	1,481.75	1,484.75	1,520.19	1,394.76	1,447.26	1,481.75	1,484.75	1,520.19	1,394.76	1,447.26	1,481.75	1,484.75	1,520.19	1,394.76	1,447.26	1,481.75	1,484.75	1,520.19	
TOTAL SIN IGV	47,886.76	49,689.26	50,873.51	50,976.51	52,193.20	47,886.76	49,689.26	50,873.51	50,976.51	52,193.20	47,886.76	49,689.26	50,873.51	50,976.51	52,193.20	47,886.76	49,689.26	50,873.51	50,976.51	52,193.20	47,886.76	49,689.26	50,873.51	50,976.51	52,193.20	
TOTAL CON IGV	49,956.76	52,074.26	53,276.51	53,397.51	54,632.20	49,956.76	52,074.26	53,276.51	53,397.51	54,632.20	49,956.76	52,074.26	53,276.51	53,397.51	54,632.20	49,956.76	52,074.26	53,276.51	53,397.51	54,632.20	49,956.76	52,074.26	53,276.51	53,397.51	54,632.20	
IGV	2,070.00	2,385.00	2,403.00	2,421.00	2,439.00	2,070.00	2,385.00	2,403.00	2,421.00	2,439.00	2,070.00	2,385.00	2,403.00	2,421.00	2,439.00	2,070.00	2,385.00	2,403.00	2,421.00	2,439.00	2,070.00	2,385.00	2,403.00	2,421.00	2,439.00	

Elaboración propia - * Incluye pago de tributos

6.2.5. Gastos de Ventas

PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS

(En nuevos soles)

Descripción	01	02	03	04	05
Publicidad y Marketing	950.00	1,100.00	1,250.00	1,250.00	1,550.00
Publicidad	300.00	350.00	400.00	400.00	500.00
Actividades y Eventos	250.00	300.00	350.00	350.00	450.00
Merchandising	400.00	450.00	500.00	500.00	600.00
Uniformes	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
Sueldos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL SIN IGV	1,450.00	1,600.00	1,750.00	1,750.00	2,050.00
TOTAL CON IGV	1,711.00	1,888.00	2,065.00	2,065.00	2,419.00
IGV	261.00	288.00	315.00	315.00	369.00

Elaboración propia

6.2.6. Otros Gastos: Pre Operativos

CONSOLIDADO DE GASTOS DE PERSONAL

(En nuevos soles)

Descripción	01	02	03	04	05
Mano de Obra Directa	87,465.00	87,465.00	90,088.95	90,088.95	92,791.62
Mano de Obra Indirecta	-	-	-	-	-
Administración	34,992.00	34,992.00	36,041.76	36,041.76	37,123.01
Ventas	-	-	-	-	-
TOTAL	122,457.00	122,457.00	126,130.71	126,130.71	129,914.63

Elaboración propia

6.2.7. Depreciación del Activo Fijo:

DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO Y AMORTIZACIÓN DEL INTANGIBLE

(En nuevos soles)

Descripción	Inversión	01	02	03	04	05	VL
INTANGIBLES	9,393.60	939.36	939.36	939.36	939.36	939.36	4696.80
Estudio de Pre-Factibilidad	1,800.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	900.00
Estudios Definitivos	1,500.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	750.00
Constitución y Organización de Empresa	3,020.00	302.00	302.00	302.00	302.00	302.00	1510.00
Lanzamiento	1,200.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	600.00
Software	1,100.00	110.00	110.00	110.00	110.00	110.00	550.00
Reclutamiento y Selección de Personal	500.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	250.00
Imprevistos 3%	273.60	27.36	27.36	27.36	27.36	27.36	136.80
TANGIBLES	170,986.00	17,091.60	17,091.60	17,091.60	17,091.60	17,091.60	85,528.00
Maquinaria y Equipo	67,920.00	6,792.00	6,792.00	6,792.00	6,792.00	6,792.00	33,960.00
Equipos de Procesamiento de Datos	5,390.00	539.00	539.00	539.00	539.00	539.00	2,695.00
Mobiliario	97,676.00	9,760.60	9,760.60	9,760.60	9,760.60	9,760.60	48,873.00
TOTAL	180,379.60	18,030.96	18,030.96	18,030.96	18,030.96	18,030.96	90,224.80
ACUMULADO		18,030.96	36,061.92	54,092.88	72,123.84	90,154.80	

Elaboración propia

6.2.8. Amortización de Intangibles

Como se observa en el cuadro anterior son S/ 18,030.96 nuevos soles por año, que representará la amortización de los intangibles del período de inversión.

6.3. Financiamiento:

6.3.1. Estructura de Capital:

ESTRUCTURA DE CAPITAL

(En nuevos soles)

Descripción	Monto de capital S/.	%
Aporte Propio	198,361.09	80.00%
Préstamo	49,590.27	20.00%
Inversión Total	247,951.36	100.00%

Elaboración propia

Información de base	Reales	Nominales
Prestamo S/:	49,590.27	49,590.27
Periodos (años):	5	5
Tasa Mensual:	2.32%	
Tasa Anual:	31.68%	34.97%

Elaboración propia

6.3.2. Alternativas de Financiamiento Externo:

ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO EXTERNO

Entidad financiera	TEA	TEM	
SCOTIABANK	40.92%	2.90%	SCOTIABANK
BCP	31.68%	2.32%	BCP
CAJA TRUJILLO	50.23%	3.45%	CAJA TRUJILLO
INTERBANK	30.15%	2.22%	
BBVA	32.77%	2.39%	

Elaboración propia

6.3.3. Criterios de selección de Fuentes de Financiamiento:

Se ha creído conveniente tomar la propuesta del INTERBANK debido a que el trámite es más rápido y contamos con asesor personal a tiempo completo. Se tomaron como criterios de selección la tasa de cada identidad; la comisión desembolso, y el seguro desgravamen; siendo el INTERBANK, la entidad financiera que conviene para tomar el préstamo.

6.3.4. Evaluación y selección de Fuentes de Financiamiento:

6.3.5. Amortización de Deuda:

Información de base	Reales	Nominales
Prestamo S/:	49,590.27	49,590.27
Periodos (años):	5	5
Tasa Mensual:	2.32%	
Tasa Anual:	31.68%	34.97%

Elaboración propia

PLAN FINANCIERO

(En nuevos soles - En términos reales)

	2017	2018	2019	2020	2021
Descripción	01	02	03	04	05
Intereses	15,711.18	14,029.23	11,814.40	8,897.86	5,057.31
Amortización	5,308.87	6,990.82	9,205.65	12,122.19	15,962.74
Saldo	44,281.40	37,290.58	28,084.93	15,962.74	0.00
Cuota -49,590.27	21,020.05	21,020.05	21,020.05	21,020.05	21,020.05

Elaboración propia

PLAN FINANCIERO

(En nuevos soles - En términos nominales)

	01	02	03	04	05
Descripción					
Intereses	16,103.96	14,739.46	12,722.81	9,821.58	5,721.89
Amortización	5,441.59	7,344.73	9,913.48	13,380.63	18,060.37
Saldo	45,388.44	39,178.42	30,244.40	17,619.88	0.00
Cuota -49,590.27	21,545.55	22,084.19	22,636.30	23,202.20	23,782.26

Elaboración propia

Es preciso indicar que el cuadro deducido, corresponde a flujos nominales (para concordar con los demás cuadros de presupuestos

e ingresos), lo que se calculó a partir de la Tasa de Interés Efectiva Nominal (34.97%)

6.4. Ingresos Proyectados

PRESUPUESTO DE INGRESOS

(En nuevos soles)

Descripción	2017	2018	2019	2020	2021
	01	02	03	04	05
habitacion simple	111,379.23	118,824.13	126,552.58	134,573.69	142,896.81
habitacion doble	78,620.63	83,875.86	89,331.24	94,993.19	100,868.34
habitacion triple	32,758.60	34,948.27	37,221.35	39,580.50	42,028.47
suite	15,014.36	16,017.96	17,059.78	18,141.06	19,263.05
TOTAL SIN IGV	237,772.81	253,666.22	270,164.95	287,288.43	305,056.68
TOTAL CON IGV	280,571.92	299,326.14	318,794.64	339,000.35	359,966.88
IGV	42,799.11	45,659.92	48,629.69	51,711.92	54,910.20

Elaboración propia

6.4.1. Ingresos por Ventas

ESTRUCTURA DE PRECIOS

(En nuevos soles)

Producto	Valor de Venta	IGV	Precio Medio	Costo	Utilidad
habitacion simple	67.80	12.20	80.00	4.75	63.05
habitacion doble	76.27	13.73	90.00	9.32	66.95
habitacion triple	84.75	15.25	100.00	12.71	72.03
suite	93.22	16.78	110.00	16.10	77.12

Elaboración propia

6.4.2. Recuperación del Capital de Trabajo:

RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO

(En nuevos soles - Incluye IGV)

Descripción	00	01	02	03	04	05
Capital de Trabajo Inicial	-35,103.43					
Capital de Trabajo Incremental		-1,178.83	-1,493.94	-878.21	-1,605.58	
Recuperación del Capital de Trabajo						40,259.99

Elaboración propia

6.4.3. Valor de Desecho Neto

VALOR DE DESECHO

(En nuevos soles - Incluye IGV)

Descripción	00	01	02	03	04	05
Valor Residual						592,936.78

Elaboración propia

El año 5 el proyecto retornaría un valor de deshecho o de rescate equivalente a S/.592,936.78, que corresponde principalmente a la infraestructura y terreno.

CAPÍTULO VII: EVALUACIÓN ECONÓMICA

7.1. Supuestos Generales:

SUPUESTOS

ITEM	VALOR
Inflación Anual*	2.50%
PBI La Libertad	2.30%
Impuesto a la Renta	30.00%
IGV	18.00%
Beneficios Sociales	9.00%
CTS	10.00%
Tipo de Cambio	2.81
Incremento de Sueldos ***	3.00%
Número de Sueldos al Año	14
Participación del Proyecto	70.00%
Crecimiento del Proyecto	3.00%
Reducción del Precio	0%
Elevación de Costo de M.D.	0%
Ventas a Contado	100%
Compras a Contado	60%

7.2. Flujo de Caja Proyectado:

FLUJO DE EFECTIVO FINANCIADO PROYECTADO

(En nuevos soles)

	00	01	02	03	04	05
Ingresos Operativos		280,571.92	299,326.14	318,794.64	339,000.35	359,966.88
Ventas al Contado 100%		280,571.92	299,326.14	318,794.64	339,000.35	359,966.88
Cobranza Realizada 0%			0.00	0.00	0.00	0.00
Egresos	-212,847.93	-149,033.26	-249,695.90	-265,775.89	-278,970.73	-457,867.14
Costos de Inversión						
Activo Fijo	-201,763.48					
Activo Intangible	-11,084.45					
Costos de Producción						
Compras al Contado 60%		-95,371.70	-98,238.77	-102,789.41	-105,878.38	-110,705.25
Pagos Realizados 40%			-63,581.13	-65,492.52	-68,526.27	-144,389.09
Costos de Operación						
Gastos Administrativos		-49,956.76	-52,074.26	-53,276.51	-53,397.51	-54,632.20
Gastos de Ventas		-1,711.00	-1,888.00	-2,065.00	-2,065.00	-2,419.00
Impuesto General a las Ventas		0.00	-28,447.93	-33,521.17	-35,800.07	-128,559.44
Impuesto a la Renta Deducido E.F.		-1,993.80	-5,465.80	-8,631.28	-13,303.50	-17,162.16
Flujo de Efectivo	-212,847.93	131,538.66	49,630.25	53,018.76	60,029.63	-97,900.26
Préstamo recibido	49,590.27					
Amortización		-5,308.87	-6,990.82	-9,205.65	-12,122.19	-15,962.74
Intereses		-15,711.18	-14,029.23	-11,814.40	-8,897.86	-5,057.31
Flujo Financiado	-163,257.66	110,518.60	28,610.19	31,998.71	39,009.57	-118,920.31
Saldo inicial	198,361.09					
Saldo acumulado	35,103.43	145,622.04	174,232.23	206,230.94	245,240.51	126,320.20

Elaboración propia

7.2.1. Flujo de Caja Operativo:

7.2.2. Flujo de Capital:

EVALUACIÓN ECONÓMICA

(En nuevos soles)

FLUJO CAJA + FLUJO OPERATIVO = FCECONOMICO
MAS FP =FCF

FLUJO DE CAPITAL	2016	2017		2018	2019	2020	2021
	00	01	02	03	04	05	
Inversión en Activo Fijo	-201,763.48						
Inversión en Intangibles	-11,084.45						
Capital de Trabajo Inicial	-35,103.43						
Capital de Trabajo Incremental		-1,178.83	-1,493.94	-878.21	-1,605.58		
Recuperación del Capital de Trabajo							40,259.99
Valor Residual							592,936.78
FLUJO DE CAPITAL	-247,951.36	-1,178.83	-1,493.94	-878.21	-1,605.58		633,196.78

Elaboración propia

7.2.3. Flujo de Caja Económico:

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO

	00	01	02	03	04	05
Flujo de Capital	-247,951.36	-1,178.83	-1,493.94	-878.21	-1,605.58	633,196.78
Flujo Operativo		131,538.66	49,630.25	52,897.76	60,029.63	-97,900.26
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-247,951.36	130,359.83	48,136.30	52,019.55	58,424.04	535,296.52

Elaboración propia

7.2.4. Flujo de Deuda:

Amortización de deuda	00	01	02	03	04	05
Saldo Inicial	54,140.81	54,140.81	48,699.22	41,354.48	31,441.00	18,060.37
Amortización		-5,441.59	-7,344.73	-9,913.48	-13,380.63	-18,060.37
Interés		-16,103.96	-14,739.46	-12,722.81	-9,821.58	-5,721.89
Escudo Fiscal		4,831.19	4,421.84	3,816.84	2,946.47	1,716.57
Saldo Final	54,140.81	48,699.22	41,354.48	31,441.00	18,060.37	0.00
(a) PRINCIPAL + INTERESES*	54,140.81	-16,714.36	-17,662.35	-18,819.45	-20,255.73	-22,065.69

* Los intereses contemplan la deducción del escudo fiscal

7.2.5. Flujo de Caja Financiero:

Flujo Financiero	00	01	02	03	04	05
Flujo de Caja Económico	-247,951.36	130,359.83	48,136.30	52,019.55	58,424.04	535,296.52
Desembolso de (a)	54,140.81	-16,714.36	-17,662.35	-18,819.45	-20,255.73	-22,065.69
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-193,810.55	113,645.47	30,473.95	33,200.09	38,168.31	513,230.82

Elaboración propia

7.3. Determinación de la Tasa de Descuento:

7.3.1. Costo de Oportunidad de Capital:

Item	2017	2018	2019	2020	2021	
	00	01	02	03	04	05
Deuda	54,140.81	48,699.22	41,354.48	31,441.00	18,060.37	0.00
Capital	198,361.09	198,361.09	198,361.09	198,361.09	198,361.09	198,361.09
Beta Apalancado	1.27	1.25	1.22	1.18	1.13	1.06

Cok para el Proyecto	10.39%
-----------------------------	---------------

7.3.2. Costo Promedio Ponderado de Capital:

Cálculo del CPPC	00	01	02	03	04	05
Deuda	54,140.81	48,699.22	41,354.48	31,441.00	18,060.37	0.00
Capital	198,361.09	198,361.09	198,361.09	198,361.09	198,361.09	198,361.09
Costo Promedio Ponderado de Capital	13.41%	13.17%	12.82%	12.32%	11.57%	10.39%
CPPC Promedio	12.28%					

Elaboración propia

7.4. Estados Projectados

7.4.1. Balance general:

BALANCE PROYECTADO

(En nuevos soles)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
	00	01	02	03	04	05
Activo	247,951.36	340,439.00	351,018.24	364,985.98	385,964.60	249,013.33
<i>Caja y Bancos</i>	35,103.43	145,622.04	174,232.23	206,230.94	245,240.51	126,320.20
<i>Clientes</i>		-	-	-	-	
Total Activo Corriente	35,103.43	145,622.04	174,232.23	206,230.94	245,240.51	126,320.20
<i>Activo Fijo</i>	201,763.48	184,671.88	167,580.28	150,488.68	133,397.08	116,305.48
<i>Intangibles</i>	11,084.45	10,145.09	9,205.73	8,266.37	7,327.01	6,387.65
Total Activo No Corriente	212,847.93	194,816.97	176,786.01	158,755.05	140,724.09	122,693.13
Pasivo y Patrimonio	247,951.36	343,344.15	351,018.24	364,985.98	385,964.60	249,013.33
Pasivo	49,590.27	140,330.87	135,251.42	129,079.53	119,016.65	-57979.66
<i>Proveedores</i>		63,581.13	65,492.52	68,526.27	70,585.58	
<i>Tributos</i>		32,468.33	32,468.33	32,468.33	32,468.33	(57,979.66)
Total Pasivo Corriente	0.00	96,049.46	97,960.84	100,994.60	103,053.91	-57979.66
<i>Deuda a Largo Plazo</i>	49,590.27	44,281.40	37,290.58	28,084.93	15,962.74	0.00
Total Pasivo No Corriente	49,590.27	44,281.40	37,290.58	28,084.93	15,962.74	0.00
Patrimonio	198,361.09	203,013.28	215,766.81	235,906.46	266,947.95	306,992.98
<i>Capital social</i>	198,361.09	198,361.09	198,361.09	198,361.09	198,361.09	198,361.09
<i>Utilidades acumuladas</i>	0.00	4,652.19	17,405.72	37,545.37	68,586.86	108,631.89

Elaboración propia

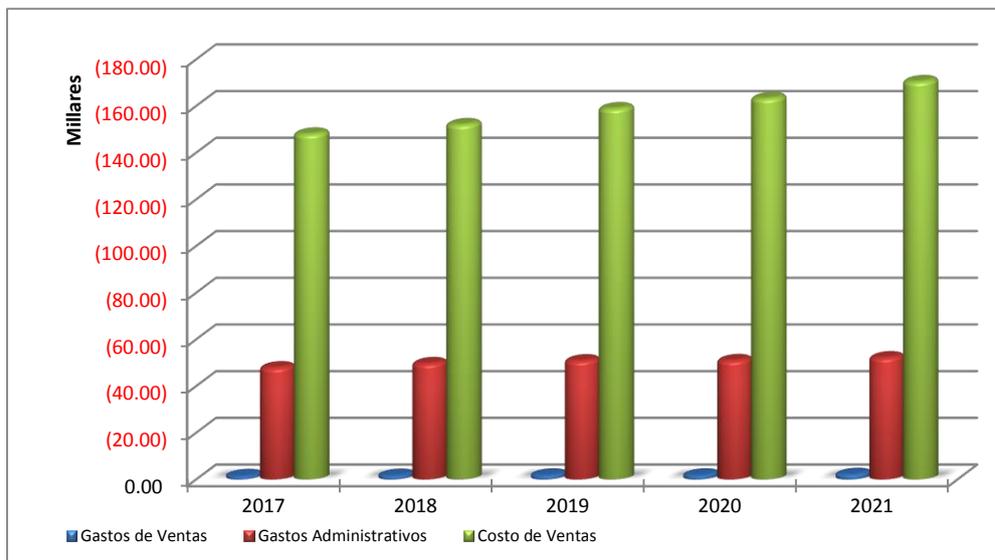
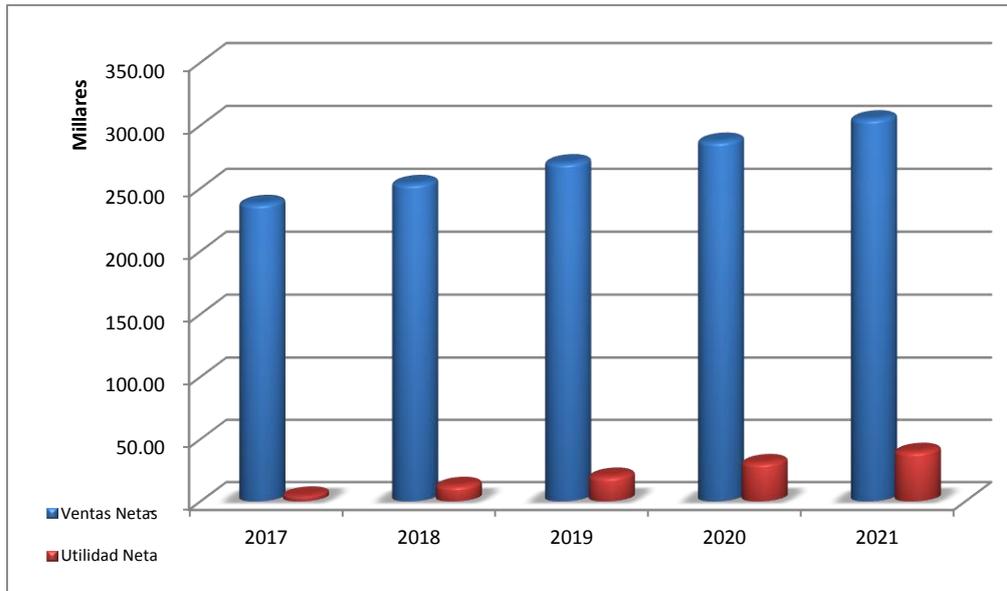
7.4.2. Estado de Ganancias y Pérdidas:

ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS PROYECTADO

(En nuevos soles)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
	00	01	02	03	04	05
Ventas Netas		237,772.81	253,666.22	270,164.95	287,288.43	305,056.68
Costo de Ventas		-148,047.91	-152,097.45	-158,925.16	-163,288.11	-170,518.01
Utilidad Bruta		89,724.90	101,568.78	111,239.79	124,000.32	134,538.67
Gastos Administrativos		-47,886.76	-49,689.26	-50,873.51	-50,976.51	-52,193.20
Gastos de Ventas		-1,450.00	-1,600.00	-1,750.00	-1,750.00	-2,050.00
Utilidad operativa		40,388.14	50,279.52	58,616.28	71,273.81	80,295.47
Depreciación Activo Fijo		-17,091.60	-17,091.60	-17,091.60	-17,091.60	-17,091.60
Amortización Intangibles		-939.36	-939.36	-939.36	-939.36	-939.36
UAI		22,357.18	32,248.56	40,585.32	53,242.85	62,264.51
Gastos Financieros		-15,711.18	-14,029.23	-11,814.40	-8,897.86	-5,057.31
Utilidad Antes de Impuestos		6,645.99	18,219.33	28,770.92	44,344.99	57,207.19
Impuesto a la Renta		-1,993.80	-5,465.80	-8,631.28	-13,303.50	-17,162.16
Utilidad Neta		4,652.19	12,753.53	20,139.64	31,041.49	40,045.04

Elaboración propia



7.5. Rentabilidad:

VAN Y TIR

Tasas	Indicador	Nominal	Real
Wacc	VANE	279,822.32	247,322.15
	VANF	266,660.53	235,689.05
Cok	VANE	314,185.87	277,694.53
	VANF	297,601.76	263,036.59
	TIRE	40.64%	37.21%
	TIRF	44.66%	41.13%

Se Acepta el Proyecto

Se Acepta el Proyecto

7.5.1. Indicadores de Rentabilidad

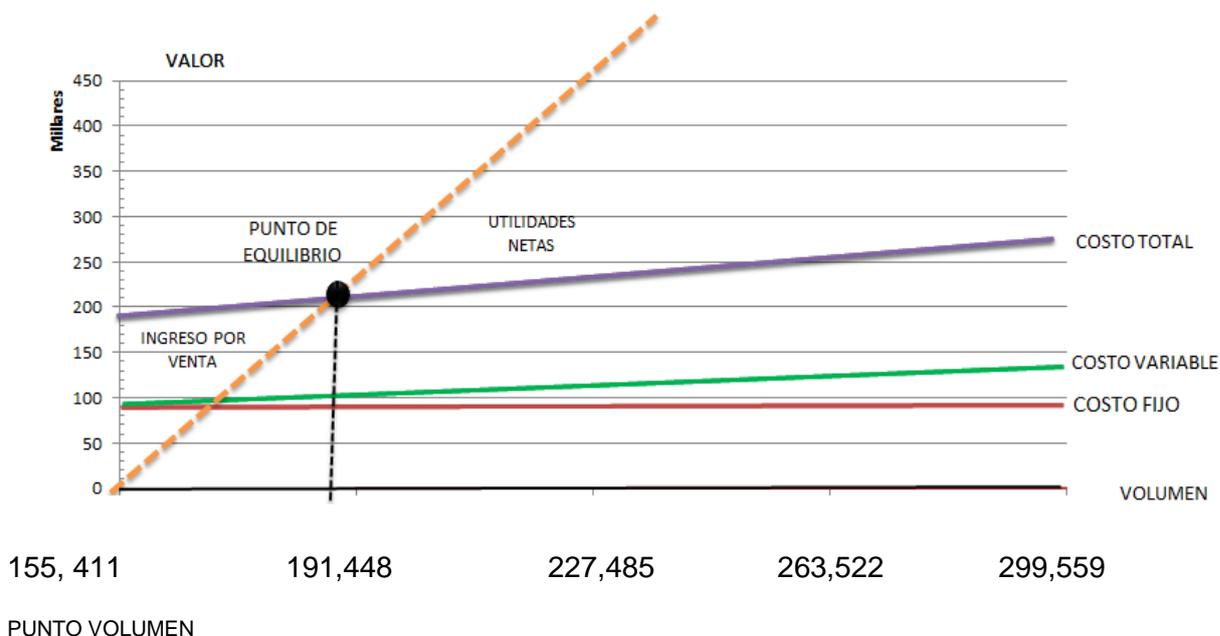
7.5.2. Punto de Equilibrio para el Horizonte del Proyecto:

PUNTO DE EQUILIBRIO A LO LARGO DEL PERIODO DE EVALUACIÓN

(En nuevos soles)

Periodo	01	02	03	04	05	Promedio
Costos Fijos	83,078.90	83,349.45	82,468.87	79,655.34	77,331.48	81,176.81
Costos Variables	148,047.91	152,097.45	158,925.16	163,288.11	170,518.01	158,575.33
Producción	3,221	3,437	3,660	3,892	4,133	3,656.34
Costo Variable Medio	45.96	44.26	43.42	41.95	41.26	43.37
Costos Totales	231,126.82	235,446.90	241,394.03	242,943.45	247,849.48	239,752.14
Ingresos Totales	235,779.01	248,200.43	261,533.68	273,984.94	287,894.52	
Precio Medio	73.19	72.22	71.46	70.40	69.66	71.39
PE servicios	3,051.01	2,981.02	2,941.12	2,799.84	2,722.94	2,897.52
PE Ventas	223,303.16	215,289.60	210,172.09	197,108.46	189,679.95	206,842.08

Elaboración propia



T= 5 AÑOS

CF: COSTOS FIJOS, CV: COSTOS VARIABLES, CT: COSTOS TOTALES

7.5.3. Periodo de Recuperación de Capital:

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

(En nuevos soles)

					a	m
	00	01	02	03	04	05
Flujo de Caja Económico	-247,951.36	130,359.83	48,136.30	52,019.55	58,424.04	535,296.52
Flujo de Caja Económico Actualizado	-247,951.36	116,102.72	38,182.99	36,750.43	36,760.89	299,976.65
Saldo	-247,951.36	-131,848.64	-93,665.65	-56,915.22	-20,154.33	279,822.32

Elaboración propia

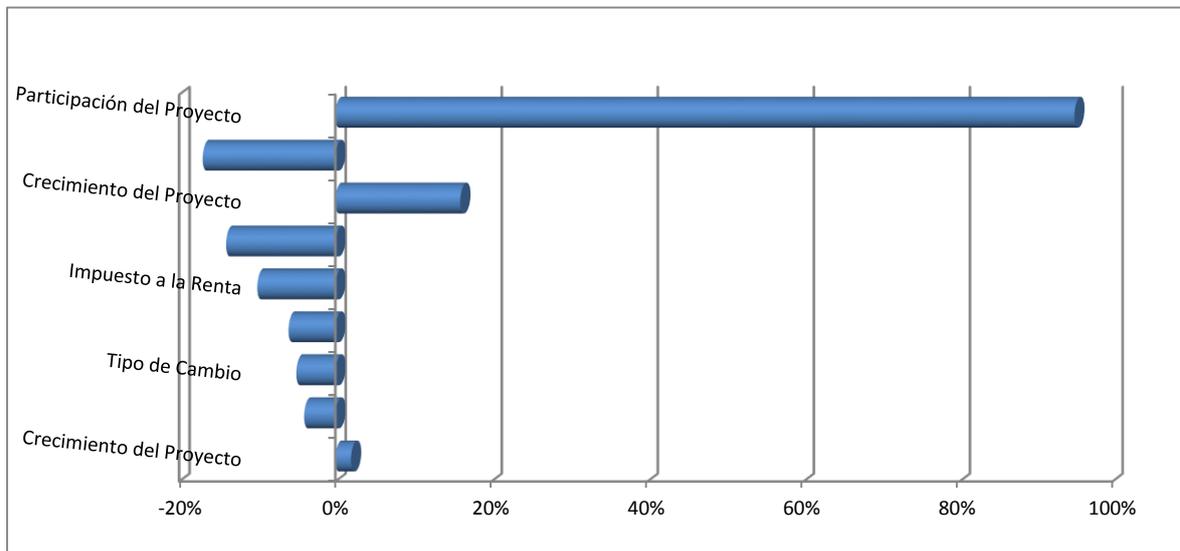
4 años
1 meses

7.6. Análisis Sensibilidad:

SENSIBILIDAD

VARIABLE	VALOR
Participación del Proyecto	95%
Inflación Anual*	-17%
Crecimiento del Proyecto	16%
Rendimiento S&P500 5 años	-14%
Impuesto a la Renta	-10%
PBI La Libertad	-6%
Tipo de Cambio	-5%
BCP	-4%
Crecimiento del Proyecto	2%

El proyecto ha mostrado ser sensible a la tasa de participación, donde a mayor o menor participación, se obtendría un mayor o menor beneficio, respectivamente (sensible en un 95%). La siguiente variable a la que se muestra sensible el proyecto es a la rg del turismo (16%). Con el COK y los impuestos, el proyecto es sensible en 14% en promedio, siendo que a mayor COK o a mayores impuestos, la rentabilidad del proyecto disminuye. Por último, dado que el proyecto está estipulado en dólares, el proyecto no es sensible a las variaciones del tipo de cambio.



7.6.1. Variables de Entrada

7.6.2. Análisis Unidimensional:

ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL

(En términos reales)

Si la empresa se viera forzada a reducir el precio de los productos, debido a una baja aceptación del precio, el efecto sobre el VanfReal sería:

263,037	0.00%	5.00%	10.00%	11.00%	11.26%	11.50%	18.97%
0%	263,037	230,560	194931.18	187377.87	185345.86	183428.31	122508.83

Si la empresa se enfrenta a una elevación de los materiales directos, por política inadecuada de los proveedores, el efecto sobre el VanfReal sería:

235,689	0.00%	5.00%	10.00%	15.00%	25.00%	34.38%
0%	235,689	232,653	229,616	226,580	220,507	214,335

Si la empresa no logra la penetración de mercado planificada, el efecto sobre el VanfReal sería:

235,689	70.00%	67.00%	64.00%	60.00%	57.01%	55.00%
0%	235,689	213,571	189736.82	154766.24	127222.99	107778.66

Si la organización no cumpliera su meta de crecimiento, el efecto sobre el VanfReal sería:

235,689	5.00%	4.00%	3.00%	2.00%	1.00%	0.00%
0%	256,972	246,331	235,689	225,047	214,406	203,764

Elaboración propia

7.6.3. Análisis Multidimensional:

ANÁLISIS BIDIMENSIONAL

(En términos reales)

47%

Escenarios para el VanfReal, por Diferentes Valores de Inflación y Reducción de Precios de los Productos

235,689	2.50%	3.50%	4.50%	5.50%	6.50%	7.50%	8.50%	9.50%	10.50%
12.00%	155,880	146,464	137,598	129,250	121,388	113,986	107,016	100,455	94,279
8.00%	184,739	173,840	163,575	153,904	144,793	136,210	128,123	120,505	113,328
4.00%	211,217	198,957	187,405	176,520	166,262	156,594	147,482	138,893	130,798
0.00%	235,689	222,166	209,422	197,411	186,089	175,415	165,351	155,862	146,915
-2.50%	250,561	236,269	222,800	210,104	198,134	186,847	176,204	166,168	156,703
-5.00%	265,434	250,373	236,178	222,796	210,178	198,280	187,058	176,473	166,490

Elaboración propia

Escenarios para el TirE, por Diferentes Valores de IR y el Crecimiento Poblacional

37.21%	26.00%	27.00%	28.00%	29.00%	30.00%	32.00%	34.00%	36.00%	38.00%
2.00%	37.55%	37.46%	37.38%	37.29%	37.21%	37.04%	36.87%	36.70%	36.53%
1.90%	37.55%	37.46%	37.38%	37.29%	37.21%	37.04%	36.87%	36.70%	36.53%
1.80%	37.55%	37.46%	37.38%	37.29%	37.21%	37.04%	36.87%	36.70%	36.53%
1.70%	37.55%	37.46%	37.38%	37.29%	37.21%	37.04%	36.87%	36.70%	36.53%
1.20%	37.55%	37.46%	37.38%	37.29%	37.21%	37.04%	36.87%	36.70%	36.53%
0.70%	37.55%	37.46%	37.38%	37.29%	37.21%	37.04%	36.87%	36.70%	36.53%

Elaboración propia

Escenarios para el TirF, por Cambio en la Política, Tanto en Ventas Como en Compras

41.13%	70.00%	75.00%	80.00%	85.00%	90.00%	93.00%	96.00%	99.00%	100.00%
100.00%	26.80%	27.79%	28.84%	29.97%	31.16%	31.92%	32.71%	33.54%	33.82%
95.00%	27.33%	28.36%	29.45%	30.61%	31.86%	32.64%	33.46%	34.32%	34.61%
90.00%	27.88%	28.94%	30.07%	31.28%	32.57%	33.39%	34.24%	35.13%	35.44%
80.00%	29.05%	30.18%	31.40%	32.70%	34.09%	34.97%	35.90%	36.86%	37.19%
70.00%	30.30%	31.52%	32.83%	34.23%	35.73%	36.69%	37.68%	38.72%	39.08%
60.00%	31.64%	32.96%	34.37%	35.88%	37.51%	38.54%	39.62%	40.75%	41.13%

Elaboración propia

7.6.4. Conclusiones del Análisis:

7.7. Factores Críticos de Riesgo y Éxito

7.7.1. Descripción

- Reducción del turismo nacional y extranjero
- Subida del tipo de cambio.
- Crisis económica
- Inflación

7.7.2. Plan de Contingencias y Aseguramiento

- Mayor Incidencia en los turistas nacionales, ofreciendo promociones y descuentos.
- Se debe destacar que la caída del dólar, no se considera relevante, ya que nuestros precios se estiman en soles.
- Realización de convenios con instituciones públicas y/o privadas de diferentes rubros.

CAPÍTULO VIII: CONCLUSIONES

Conclusiones

- 1 La empresa tiene como finalidad brindar un servicio de calidad y para lograr la fidelidad de los clientes nos preocupamos continuamente por la satisfacción de sus gustos y preferencias. Capacitando de manera continua al personal en temas relacionados con la actividad hotelera y turismo.
- 2 Hotel Tasky está ubicado en una zona estratégica y cercana a la Plaza de Armas de Otuzco. Con una moderna infraestructura que brindara al cliente un lugar seguro, cómodo y agradable. El Proyecto mejorará la calidad de vida de la población al brindarles puestos de trabajo en forma directa en el hotel, teniendo en cuenta las necesidades del consumidor hotelero y realizando estudios de mercado.
- 3 Nuestros clientes potenciales son aquellas personas que cuenten con una buena salud para lidiar con el clima de la ciudad de Otuzco, y con un poder adquisitivo. Logrando un crecimiento en el rubro holerero y maximizando el nivel de ventas del servicio que estén acorde al mercado de Turismo de la ciudad de estudio.
- 4 La empresa es rentable; asume obligaciones, obteniendo un TIRF 41.13 %; manteniendo liquidez para sus operaciones VANE de S/. 247,322.15. Con respecto a los indicadores de Rentabilidad tenemos como conclusión la aceptación del proyecto. Con una inversión que asciende a S/. 247,951.36 distribuida en activo fijo, activo intangible y capital de trabajo que será recuperada en 4 años y 1 mes.

CAPÍTULO IX: RECOMENDACIONES

Recomendaciones

- 1 Incrementar mensualmente nuestros indicadores de captación de clientes por medio de la tecnología, con ideas innovadoras que estén acorde con el rubro hotelero, con personal altamente calificado y ser una empresa que supere las expectativas del consumidor.
- 2 Fomentar y realizar convenios con las empresas de Transporte, medios de comunicación para brindar publicidad por las fiestas patronales, semana santa, ferias gastronómicas y actividades que acontecen y enriquecen a la ciudad de Otuzco, de esta manera lograremos tener mayor afluencia de clientes, implementaremos nuevas estrategias de diversificación para hacer crecer la empresa hotelera.
- 3 Brindar servicios que estén enfocados en la diferenciación de la competencia, logrando maximizar el nivel de ventas y enriqueciendo a la Población de Otuzco con mayor acogida de Turistas.
- 4 Capacitar a todo el personal mensualmente, en temas relacionados con el rubro hotelero, que estén acorde con la tecnología, trabajar en equipo y lograr incrementar los indicadores de rentabilidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

INEI

<http://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/sector-statistics/>

DIARIO EL COMERCIO

<http://elcomercio.pe/economia>

MINCETUR

<http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3459>

GUIA DE GESTIÓN BASADA EN PROCESOS

<http://www.centrosdeexcelencia.com/dotnetnuke/portals/0/guiagestionprocesos.pdf>

PORTAL DEL ESTADO PERUANO

http://www.peru.gob.pe/directorio/pep_directorio_detalle_institucion.asp?cod_institucion=12101

VIAJEROS DEL MUNDO

<http://www.viajeros.com/articulos/903-clasificacion-de-hoteles-de-una-a-cinco-estrellas>

CAPÍTULO X: ANEXOS

Reglamento de Establecimiento de Hospedaje

DECRETO SUPREMO N° 029-2004-MINCETUR

Lima, 25 de Noviembre de 2004

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA:

CONSIDERANDO:

Que, conforme a la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, y Ley N° 26961, Ley para el Desarrollo de la Actividad Turística, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, es el ente rector a nivel nacional competente en materia turística, tiene entre sus atribuciones la elaboración normativa,

fiscalización, gestión y administración de toda la actividad turística, realizando las coordinaciones que para su aplicación resulten necesarias; Que, por Decreto Supremo N° 023-2001-ITINCI, de fecha 13 de julio de 2001, se aprobó el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje; Que, la Ley N° 27867, aprobó la Ley Orgánica de Gobiernos Regionales, y el Decreto Supremo N° 038-2004-PCM, aprobó el Plan Anual de Transferencia de Competencias Sectoriales a los Gobiernos Regionales y Locales del año 2004, el cual establece como acciones estratégicas para la implementación del Plan, que los Ministerios fortalezcan su papel rector y, a efectos de adaptarse al nuevo orden resultante del proceso de descentralización puesto en marcha en nuestro país, revisen y adecuen las normas sectoriales; Que, en cumplimiento de dichas disposiciones se ha revisado el mencionado Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, de lo que resulta la necesidad de actualizarlo y adecuarlo a la normatividad vigente, a fin de contar con un marco normativo institucional acorde con las exigencias y retos que plantea el proceso de la descentralización; De conformidad con el numeral 8 del artículo 118° de la Constitución Política del

Estado; la Ley N° 26961, Ley para el Desarrollo de la Actividad Turística y la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo;

DECRETA:

Artículo 1º.- Apruébese el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje que consta de siete (7) capítulos, treintiuno (31) artículos, siete (7) disposiciones transitorias, complementarias y finales, y ocho (8) anexos que forman parte integrante del presente Decreto Supremo.

Artículo 2º.- Derógase el Decreto Supremo N° 023-2001-ITINCI, y demás normas que se opongan al presente Reglamento.

Artículo 3º.- El presente Decreto Supremo será refrendado por el Ministro de Comercio Exterior y Turismo.

Artículo 4º.- El presente Decreto Supremo entrará en vigencia al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial El Peruano. Dado en la Casa de Gobierno, en Lima a los veinticinco días del mes de noviembre del año dos mil cuatro.

ALEJANDRO TOLEDO

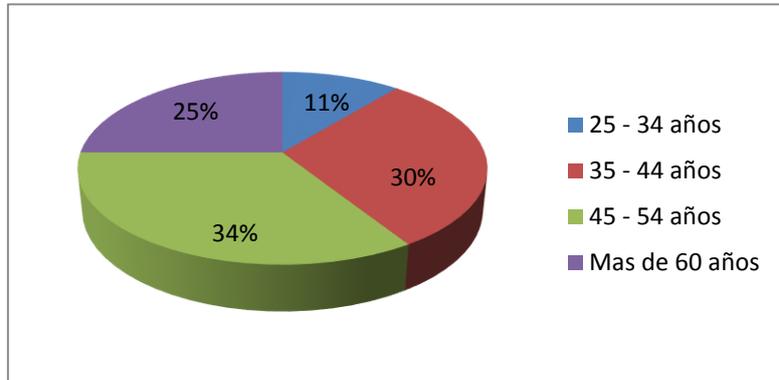
Presidente Constitucional de la República

ALFREDO FERRERO

Ministro de Comercio Exterior y Turismo

DESCRIPCION DE RESULTADOS DE INVESTIGACION

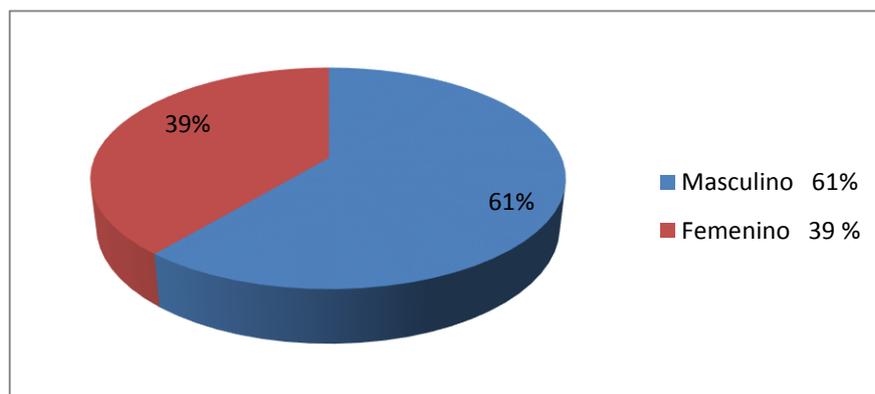
CUADRO N°1: EDADES DE LOS ENCUESTADOS



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

En el cuadro anterior se puede observar que el mayor porcentaje de los encuestados, está constituido por el 34%(130) , quienes ostentan una edad que oscila entre 45 y 54 años de edad, seguido por el grupo que tiene una edad de 35 a 44 años, que hacen un 30% (115) del sector encuestado. Sigue en esa misma línea aquellos que integran el 25%(96) cuya edad es mayor de 60 años, y en último lugar se encuentra aquel grupo cuya edad es de 25 a 34, el mismo que se constituye en el 11% (42) de los encuestados.

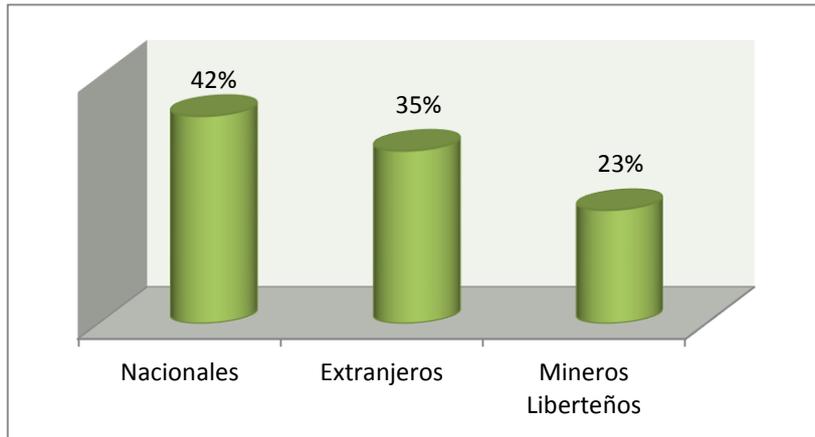
CUADRO N°2: SEXO DE LOS ENCUESTADOS:



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

En el presente cuadro obtenemos como resultado que el 61% (234) de los encuestados equivale a visitantes de sexo masculino, mientras que el 39%(149) está constituido por visitantes de sexo femenino.

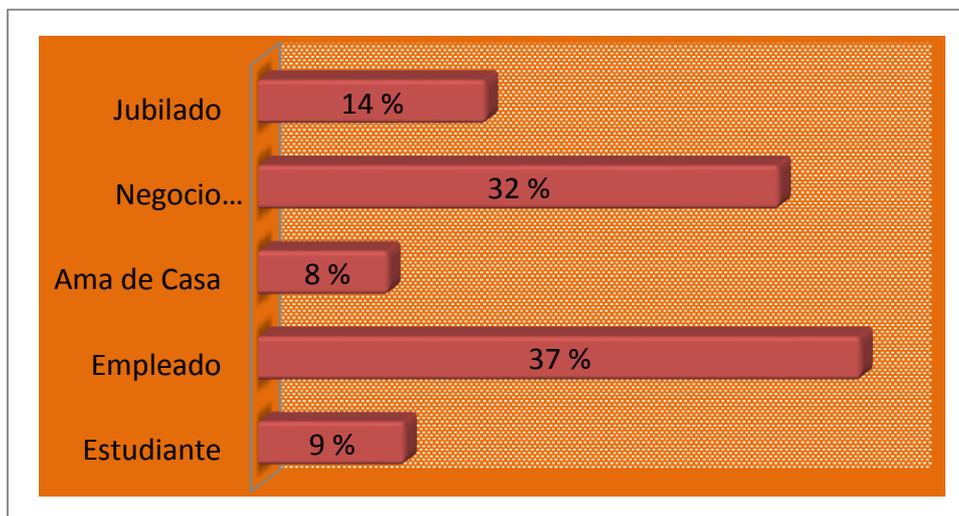
CUADRO N°3: NACIONALIDAD Y/O PROCEDENCIA



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

El cuadro N° 3 muestra la diferencia existente entre la procedencia y/o nacionalidad de los turistas que visitan Otuzco, encabezando en mayor proporción el turismo ya que el 42%(161) de los encuestados son nacionales, mientras que el 35%(134) son Turistas extranjeros y el restante 23% (88) son Mineros Liberteños.

CUADRO N°4: OCUPACION

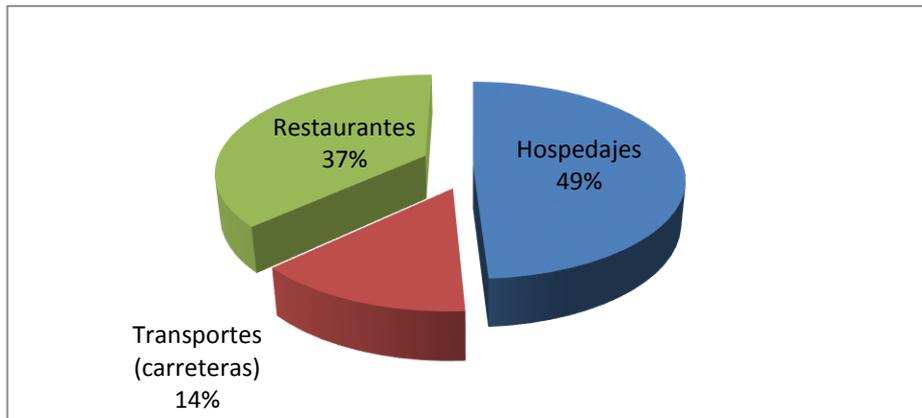


Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Dentro de las principales ocupaciones o empleo que desempeñan los encuestados, obtenemos que en su mayoría son trabajadores dependientes o empleados ya sea en el ámbito público o privado con el 37%(142), seguido de aquellos que poseen un negocio

propio y/o independientes con un 32%(123). Asimismo, en menor proporción tenemos a los jubilados con 14%(54), estudiantes universitarios y/o técnicos con un 9%(34) y por último las amas de casa con un 8%(31) de los encuestados.

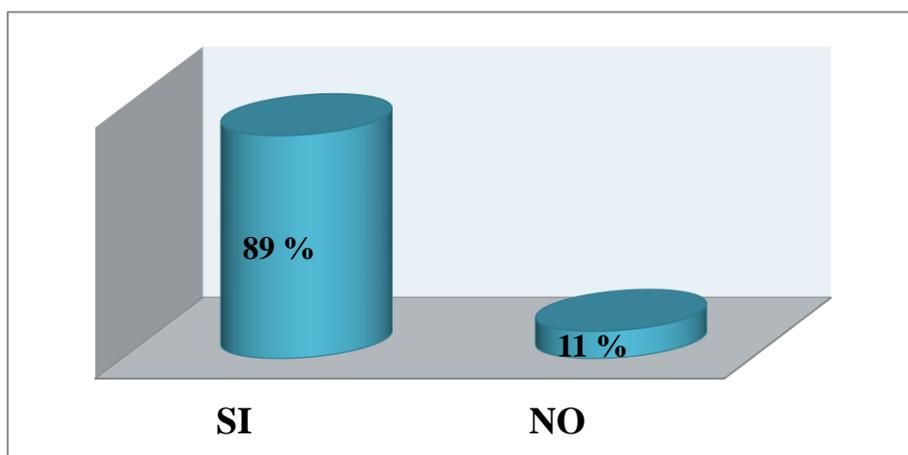
CUADRO N°5: SERVICIOS QUE DEBERIAN SER MEJORADOS



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

En lo concerniente a los servicios que deberían ser mejorados para obedecer a una mayor calidad turística, el 49%(188) de los encuestados manifiestan que los hospedajes deben tener una mayor calidad a nivel general en el servicio brindado. Mientras que el 37% (142) y 14%(54), consideran que se deberían mejorar la calidad de los restaurantes y transportes respectivamente.

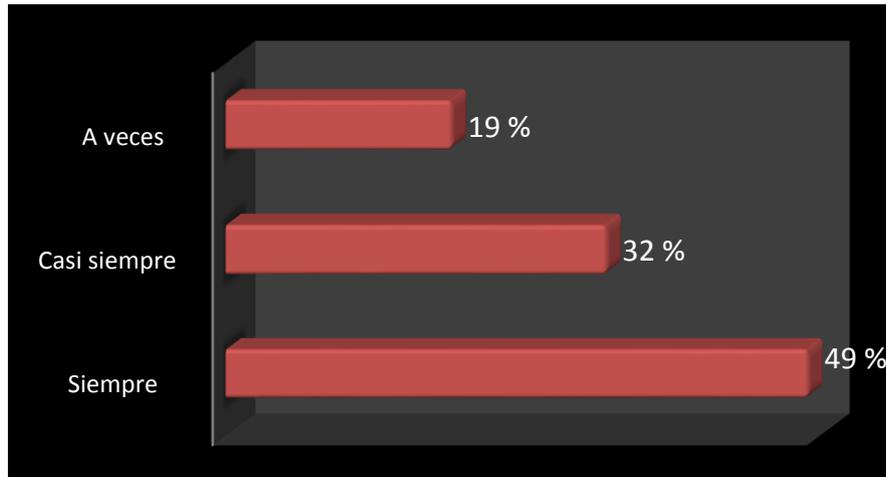
CUADRO N°6: VOLVERIA A VISITAR LA CIUDAD DE OTUZCO



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

En relación a la pregunta ¿volvería usted a visitar la ciudad de Otuzco?, el 89%(341) de los encuestados afirman que si volverían a Otuzco, mientras que el 11%(42) restante manifiestan que no volverían a regresar.

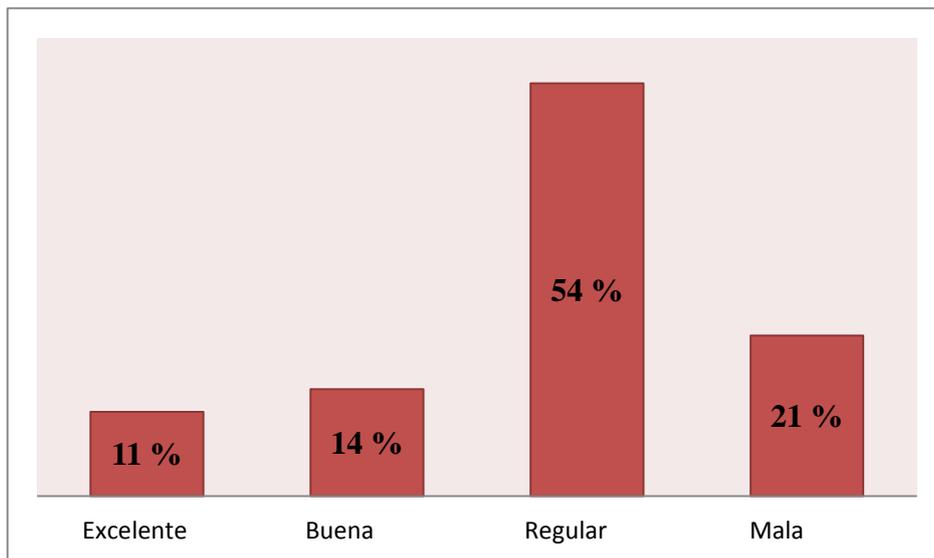
CUADRO N°7: FRECUENCIA DE VIAJE A LA CIUDAD DE OTUZCO



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Con respecto a este cuadro, podemos interpretar que el 49%(188) de los encuestados manifiestan que siempre viajan a la ciudad de Otuzco, mientras que el 32%(123) lo hace casi siempre y un 19% (73) restante expresan que viajan a veces.

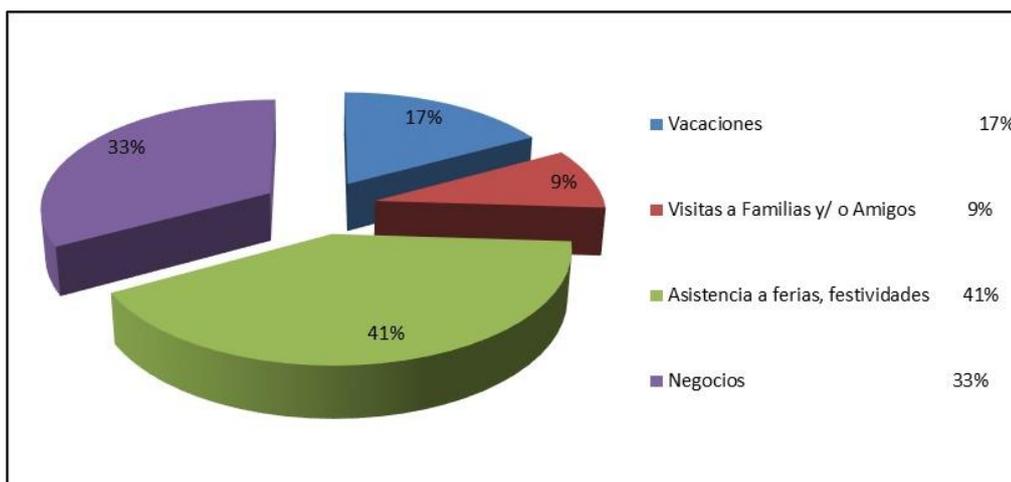
CUADRO N° 8: OPINION RESPECTO A LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS HOTELEROS EN LA CIUDAD DE OTUZCO.



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

En la pregunta formulada ¿Cómo considera usted la calidad de los servicios hoteleros en la ciudad de Otuzco?, obtenemos que el 54%(207) de los encuestados manifiestan que la calidad del servicio es regular. Por otro el 21%(80) considera como mala la calidad de servicio brindada, mientras que el 14%(54) y 11%(42) consideran que dicha calidad es buena y excelente respectivamente

CUADRO N°9: PRINCIPAL MOTIVO DE VIAJE A LA CIUDAD DE OTUZCO



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

En relación al principal motivo por el cual los encuestados manifiestan que viajan a la ciudad de Otuzco, se obtiene que un 41%(157) lo hace para la asistencia a festividades o a ferias que se dan en dicho lugar; mientras que un 33%(126) afirman que viajan por una cuestión de negocios. En menor proporción observamos que el 17%(65) viaja por vacaciones y un 9%(34) lo hace para visitar a familiares y/o amigos.

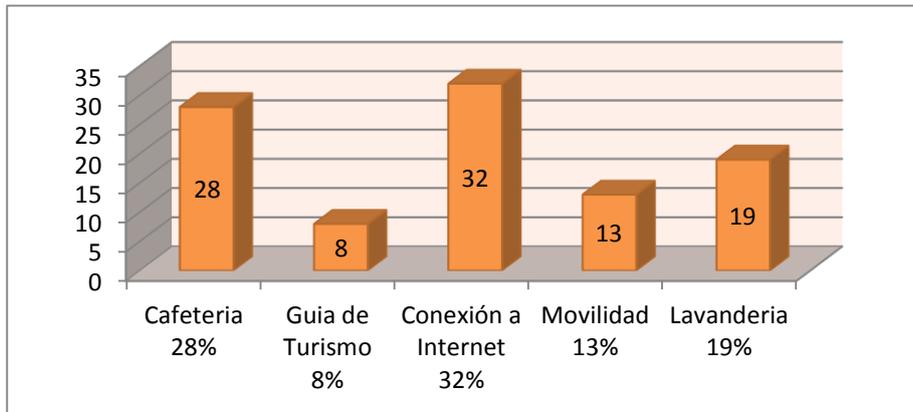
CUADRO N° 10: CRITERIOS PARA ELECCION DEL HOSPEDAJE



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Con relación a la interrogante ¿Por qué elige usted el hospedaje?, nos encontramos ante diferentes criterios para su elección, tales como los servicios que brinda determinado Hospedaje, criterio que es compartido por el 39%(149) de los encuestados; mientras que un 27%(103) afirman que eligen guiados por la ubicación del hospedaje; asimismo un 22%(84) señalan que su elección se basa en los precios ofertados y un 12% (46) basa su criterio en la infraestructura.

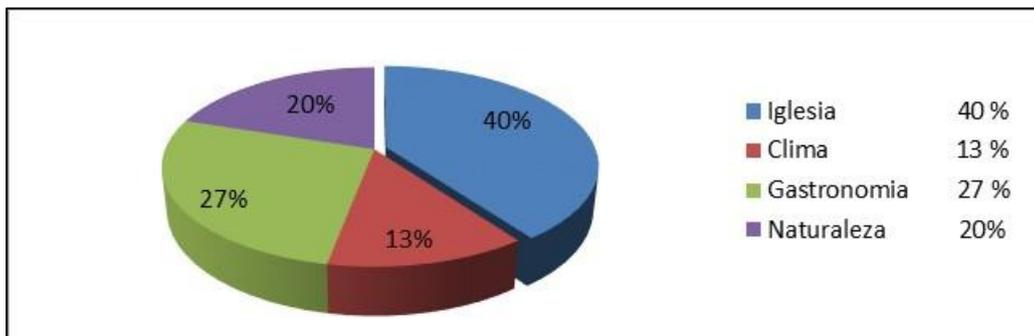
CUADRO N° 11: SERVICIOS COMPLEMENTARIOS QUE TOMAN EN CUENTA PARA HOSPEDARSE



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Asimismo dentro de los principales servicios complementarios que se toman en cuenta para hospedarse, se puede observar que el 32%(123) de los encuestados prefieren el servicio de la conexión a internet; un 28%(107) señalan al servicio de cafetería. Asimismo el servicio de lavandería es requerido por el 19%(73), mientras que 13%(50) y el 8%(31) afirman que es necesario los servicios de guía de turismo y movilidad respectivamente.

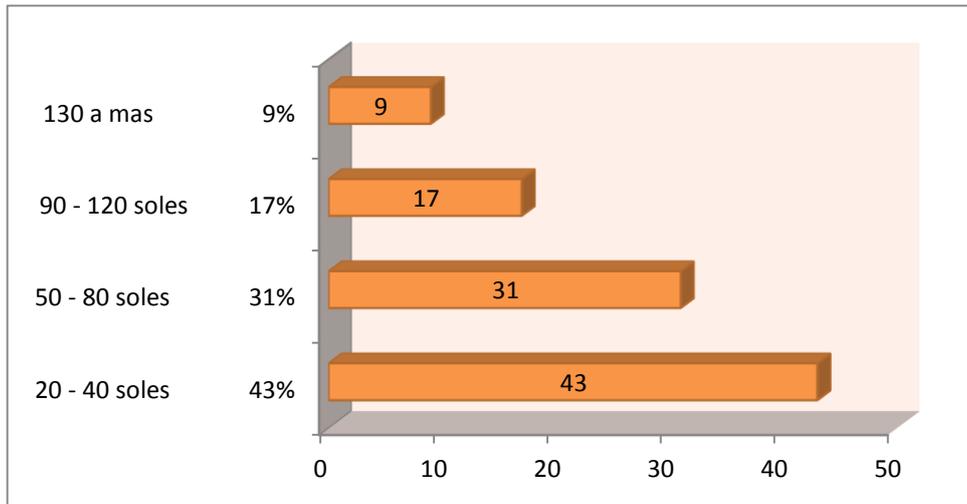
CUADRO N° 12: ATRACTIVOS TURISTICOS QUE MOTIVARON SU VISITA A LA CIUDAD DE OTUZCO



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Dentro de los principales atractivos que motivaron la visita de a la ciudad de Otuzco, tenemos a la Iglesia con un 40%(153) de los encuestados, seguido de la gastronomía Otuzcana con un 27%(103). Asimismo el 20%(77) manifiestan que la búsqueda y/o contacto con la naturaleza se constituye en su principal motivación para su viaje. Por último, tenemos el grupo que elige el clima con un 13%(50).

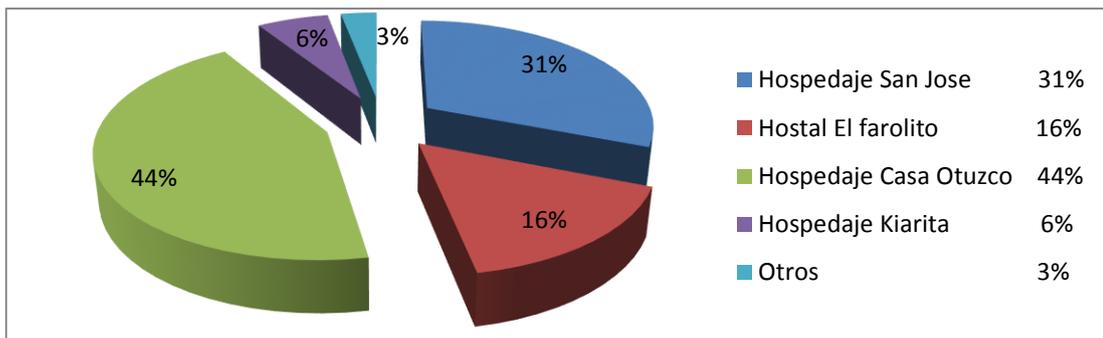
CUADRO N°13: MARGEN DE PAGO POR EL HOSPEDAJE EN LA CIUDAD DE OTUZCO



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

En relación al margen de pagos o de gasto diario para el servicio de hospedaje en la ciudad de Otuzco, tenemos que el 43%(165) de los encuestados manifiesta que gastan entre S/.20 a S/.40 soles diarios por dicho servicio, mientras que el 31%(119) afirman que su gasto diario oscila entre S/.50 a S/.80 soles. En menor proporción el 17%(65) y el 9% (34) señalan que su gasto diario de S/.90 a S/.120 y S/.130 a más, respectivamente.

CUADRO N° 14: EL MEJOR HOSPEDAJE EN LA CIUDAD DE OTUZCO

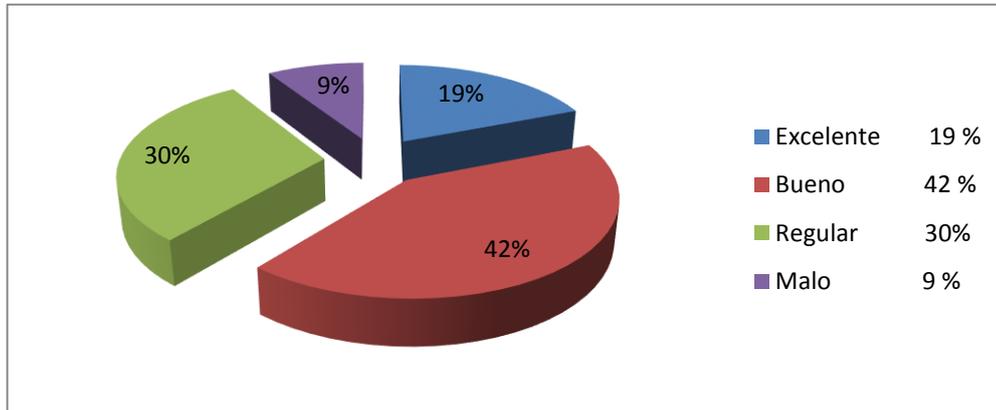


Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Con respecto a la elección del mejor Hospedaje en la ciudad de Otuzco, tenemos que un 44%(169) de los encuestados eligen al Hospedaje Casa Otuzco, mientras que el Hospedaje San Jose es elegido por un 31%(119), seguido del Hostal El Farolito con un 16%(61), el Hospedaje Kiarita con un 6%(23) y un 3% (11) eligen a otros hospedajes de la zona.

**CUADRO N° 15: CALIFICACION DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE QUE RECIBIO EN
 LA CIUDAD DE OTUZCO**

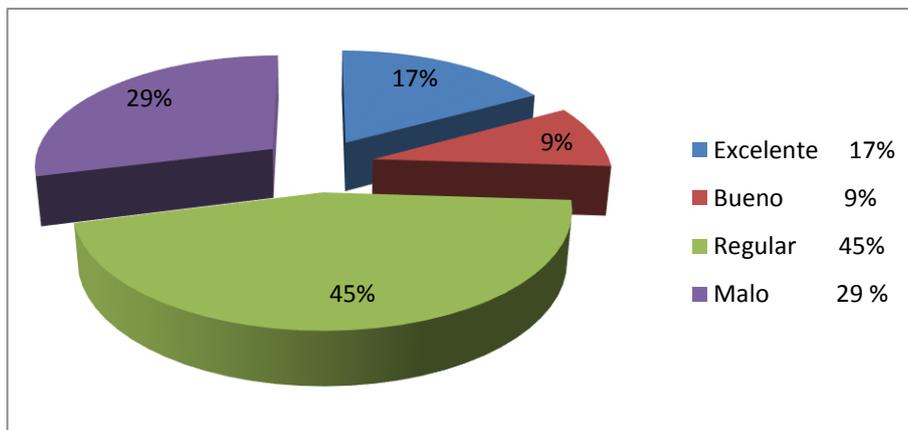
15.1. HOSPEDAJE SAN JOSE



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

El 42% (161) de los encuestados calificaron al servicio brindado por el Hospedaje San José como bueno; mientras que el 30%(115) lo califica como regular dicho servicio. El 19%(73) considera dicho servicio como excelente; siendo por ultimo un 9%(34) que califica como malo el mismo servicio.

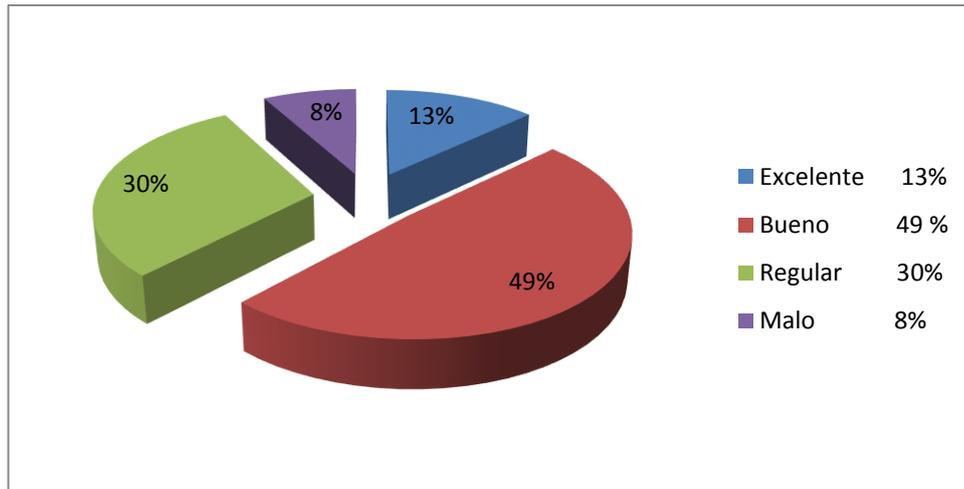
15.2. HOSTAL EL FAROLITO



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

El 9%(34) de los encuestados calificaron al servicio brindado por el Hostal El Farolito como bueno; mientras que el 45%(172) lo califica como regular el mismo servicio. El 17%(65) considera dicho servicio como excelente; siendo por ultimo un 29%(111) que califica como malo.

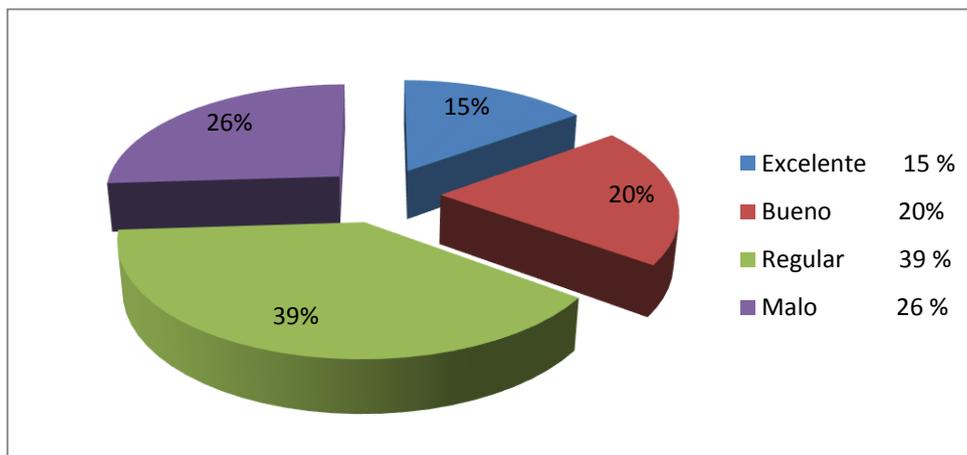
15.3. HOSPEDAJE CASA OTUZCO



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

El 49%(188) de los encuestados calificaron al servicio brindado por el Hospedaje Casa Otuzco como bueno; mientras que el 30%(115) lo califica como regular. El 13%(50) considera dicho servicio como excelente; siendo por último un 8%(31) que califica como malo.

15.4. HOSPEDAJE KIARITA

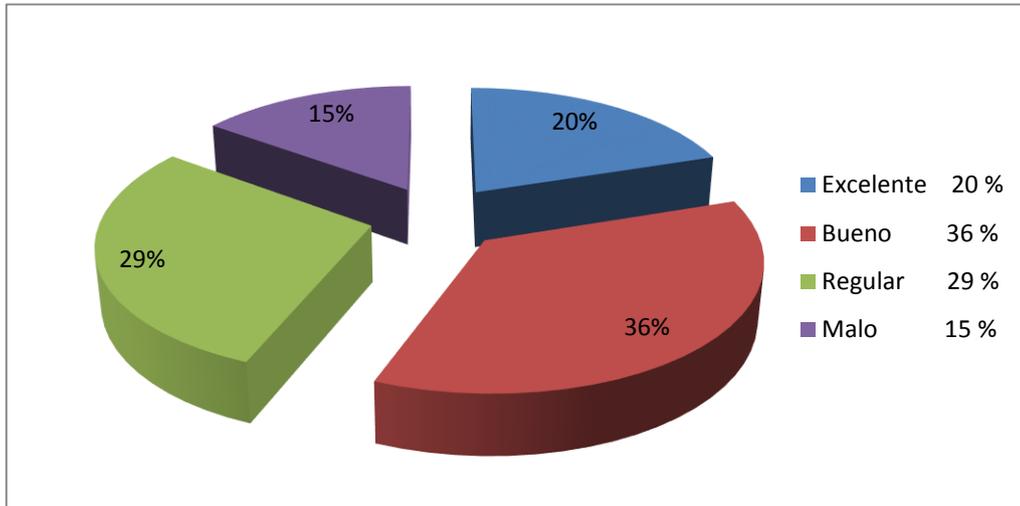


Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

El 20%(77) de los encuestados calificaron al servicio brindado por el Hospedaje Kiarita como bueno; mientras que el 39%(149) lo califica como regular. El 15%(57) considera dicho servicio como excelente; siendo por último un 26%(100) que califica como malo.

**CUADRO N° 16: CALIFICACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA DEL HOSPEDAJE QUE
 ELIGIO EN LA CIUDAD DE OTUZCO**

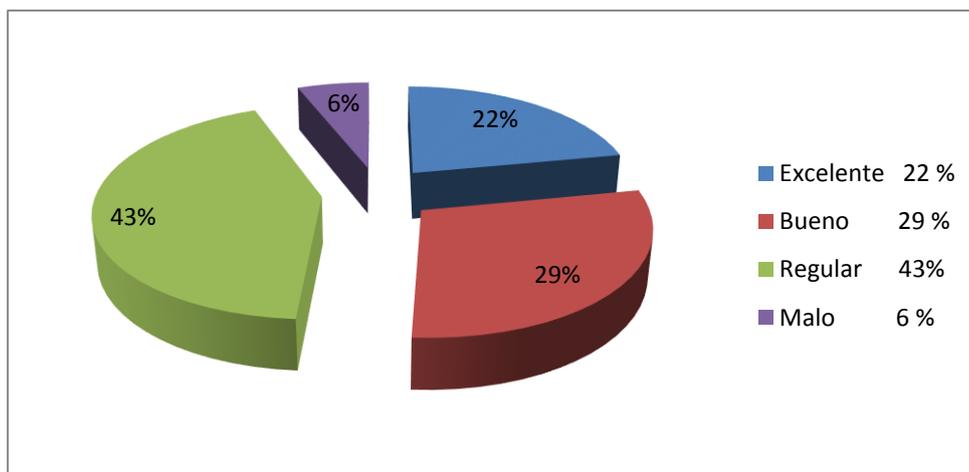
16.1. HOSPEDAJE SAN JOSE



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Con respecto a la calificación dada por los encuestados a la infraestructura del Hospedaje San José tenemos que un 20%(77) la califica como excelente; mientras que un 36%(138) como bueno, seguido del 29%(111) como regular y un 15%(57) califica como mala dicha infraestructura.

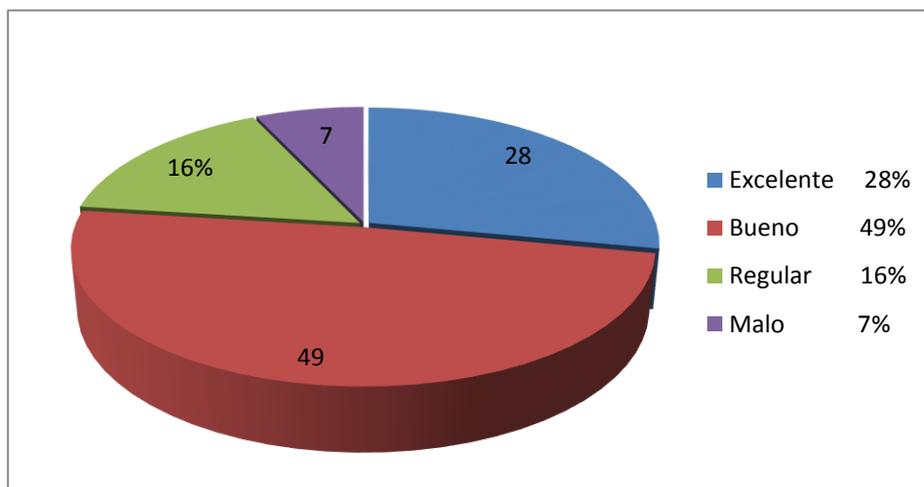
16.2. HOSPEDAJE EL FAROLITO



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Con respecto a la calificación dada por los encuestados a la infraestructura del Hospedaje El Farolito tenemos que un 22%(84) la califica como excelente; mientras que un 29%(111) como bueno, seguido del 43%(165) como regular y un 6%(23) califica como mala dicha infraestructura.

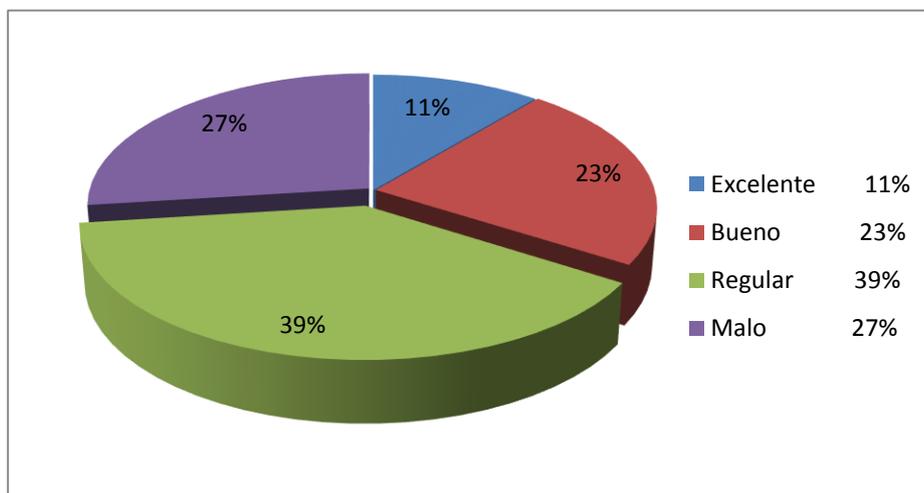
16.3. HOSPEDAJE CASA OTUZCO



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Con respecto a la calificación dada por los encuestados a la infraestructura del Hospedaje Casa Otuzco tenemos que un 28%(107) la califica como excelente; mientras que un 49%(188) como bueno, seguido del 16%(61) como regular y un 7%(27) la califica como mala dicha infraestructura.

16.4. HOSPEDAJE KIARITA

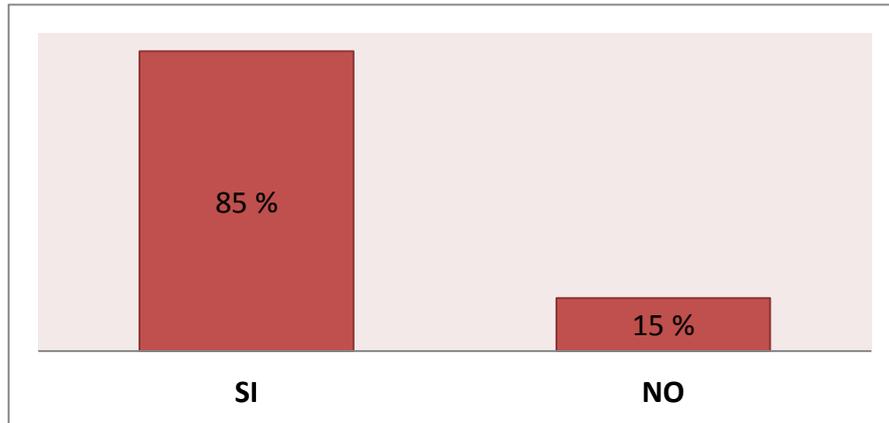


Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Con respecto a la calificación dada por los encuestados a la infraestructura del Hospedaje Kiarita tenemos que un 11%(42) la califica como excelente; mientras que un 23%(88) como bueno, seguido del 39%(149) como regular y un 27%(103) la califica como mala dicha infraestructura.

CUADRO N° 17: VOLVERÍA ALOJARSE EN LOS HOSPEDAJES MENCIONADOS

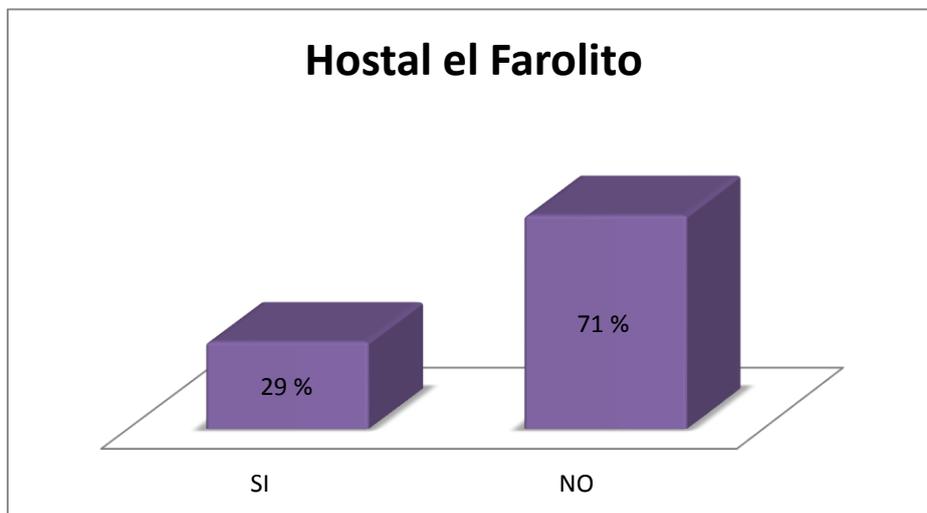
17.1. HOSPEDAJE SAN JOSE



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Con respecto a la pregunta ¿volvería a alojarse en el Hospedaje San José?, el 85%(326) de los encuestados manifestaron que si lo volverían hacer. Sin embargo el 15%(57) expresaron su negativa.

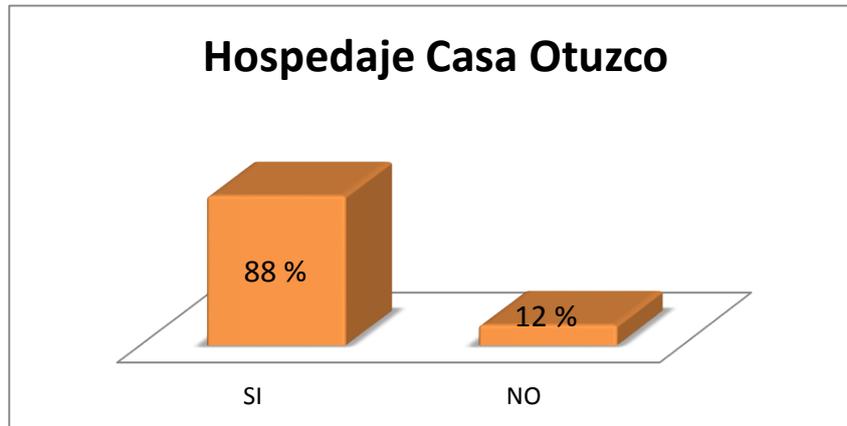
17.2. HOSTAL EL FAROLITO



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Con respecto a la pregunta ¿volvería a alojarse en el Hostal El Farolito?, el 29%(111) de los encuestados manifestaron que si lo volverían hacer. Sin embargo el 71%(272) expresaron su negativa.

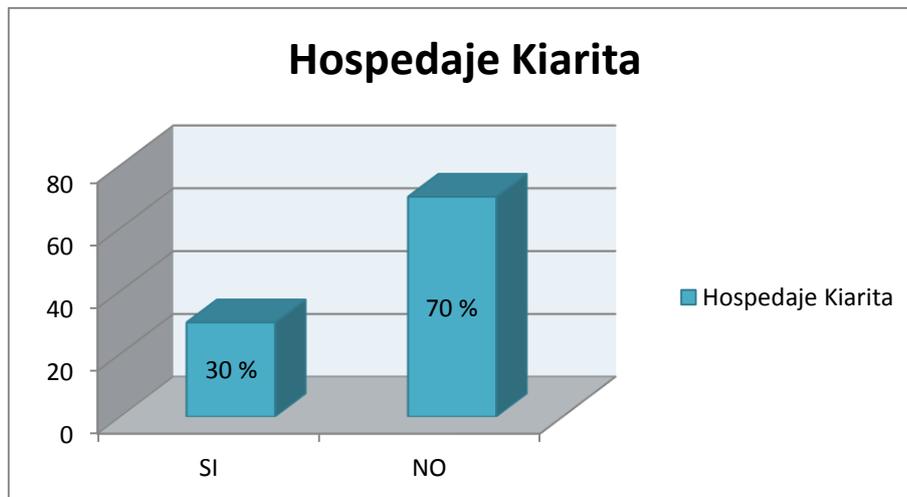
17.3. HOSPEDAJE CASA OTUZCO



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Con respecto a la pregunta ¿volvería a alojarse en el Hospedaje Casa Otuzco?, el 88%(337) de los encuestados manifestaron que si lo volverían hacer. Sin embargo el 12%(46) expresaron su negativa.

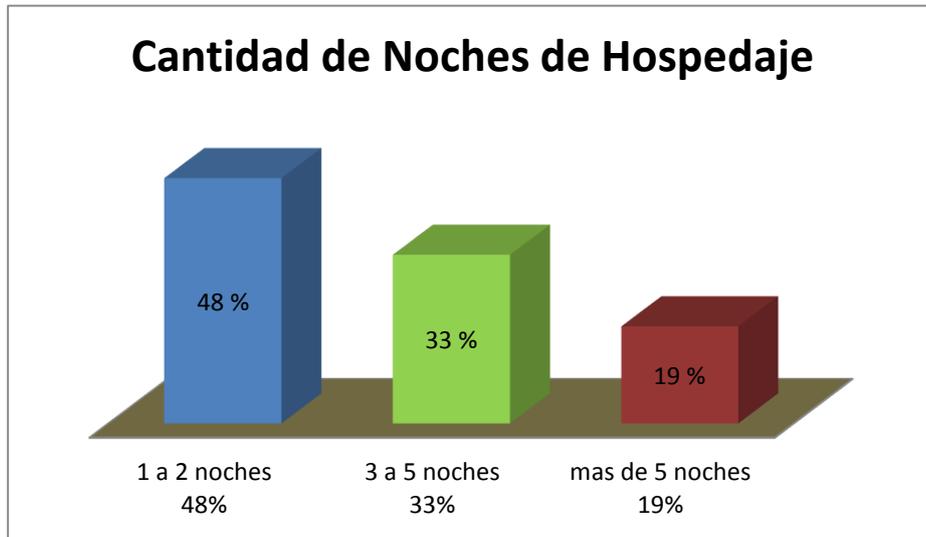
17.4. HOSPEDAJE KIARITA



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Con respecto a la pregunta ¿volvería a alojarse en el Hospedaje Kiarita?, el 30%(115) de los encuestados manifestaron que si lo volverían hacer. Sin embargo el 70%(268) expresaron su negativa.

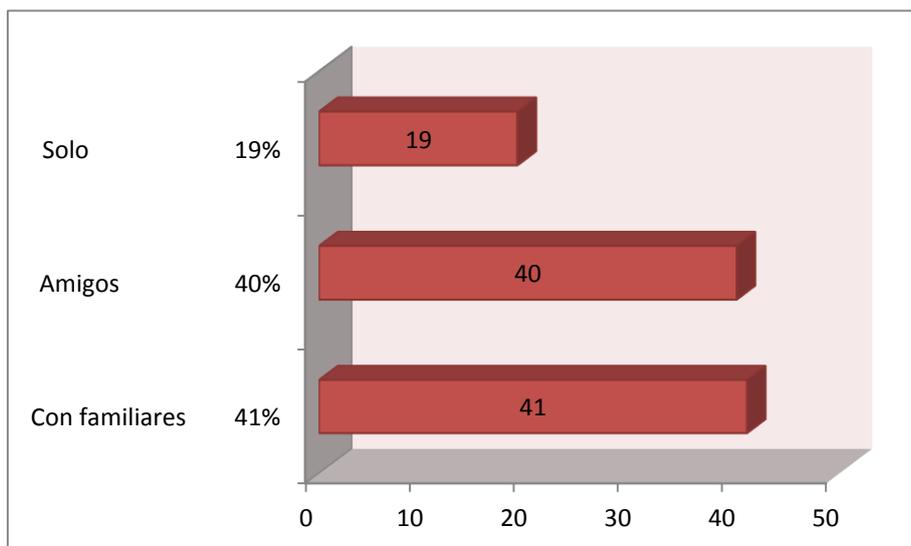
CUADRO N° 18: CANTIDAD DE NOCHES QUE SE HOSPEDA EN LA CIUDAD DE OTUZCO



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Dentro de la cantidad de noches que se hospedan en Otuzco, tenemos que el 48%(184) de los encuestados manifestaron pasar de 1 a 2 noches en su visita. Por otro lado el 33%(126) afirma que pernoctan entre 3 a 5 días, mientras que el 19%(73) de 5 noches a más.

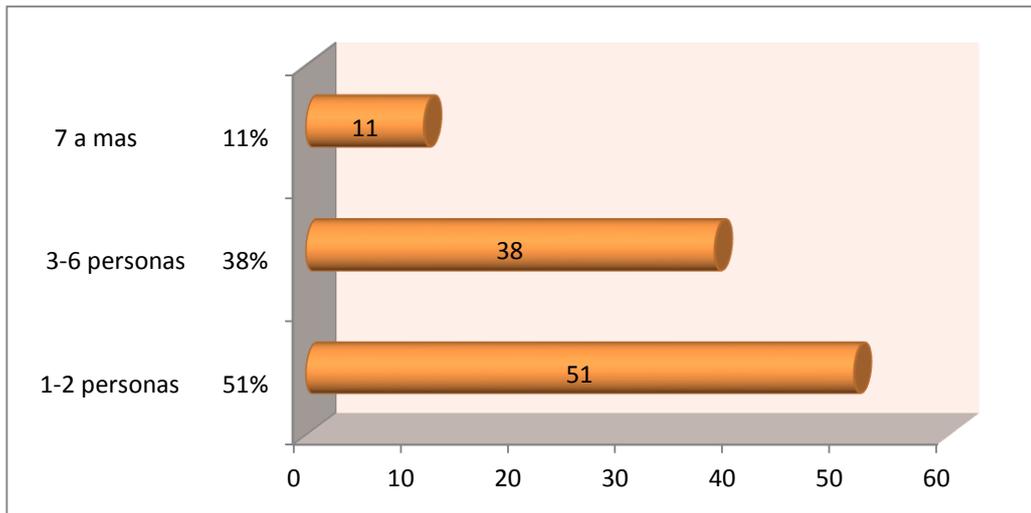
CUADRO N° 19: ACOMPAÑANTES EN EL VIAJE A LA CIUDAD DE OTUZCO



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Dentro de la pregunta ¿con quienes viaja a la ciudad de Otuzco?, observamos que en su mayoría, representada por el 41%(157), el viaje lo realizan con los familiares. El 40%(153) afirma que viaja con los amigos, mientras que el 19%(73) viajan solos.

CUADRO N° 20: NUMERO DE PERSONAS QUE VIAJAN COMO ACOMPAÑANTES.



Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas.

Dentro de la pregunta ¿Cuántas personas viajan con usted a la ciudad de Otuzco?, observamos que en su mayoría, representada por el 51%(195), el viaje lo realizan de 1 a 2 personas. El 38%(146) afirma que viaja en un grupo de 3 a 6 personas, mientras que el 11%(42) viajan en grupo de 7 o más personas.