



**UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ**

**FACULTAD DE NEGOCIOS**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**PLAN DE NEGOCIO:**

De un hotel innovador, tres estrellas, ciudad Tarapoto - 2018

**Autoras:**

Fasabi Tuanama, Fiorela

Gonzáles Valera, María Teresa

Para optar el título profesional  
de Licenciada en Administración  
de Empresas

**TARAPOTO – PERÚ**

**2018**

FACULTAD DE NEGOCIOS

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA  
PROFESIONAL**

Con Resolución Decanal N° 436-2018-UCP-FAC- NEGOCIOS, del 19 de Noviembre del 2018, la Facultad de Negocios de la Universidad Científica del Perú-UCP, designa como Jurado Evaluador y Dictaminador de la Sustentación del Plan de Negocio: **PLAN DE NEGOCIO DE UN HOTEL INNOVADOR, TRES ESTRELLAS, CIUDAD TARAPOTO - 2018** a los Señores:

Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán	Presidente
CPC Luis Palma Linares	Miembro
CPC Beatriz Reátegui Ruiz	Miembro


En la ciudad de Tarapoto, siendo las 10:30 horas del día 27 del mes de NOVIEMBRE del año 2018, en las instalaciones de la Universidad Científica del Perú-UCP, Filial Tarapoto, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa del Plan de Negocio, presentado por:


**FASABI TUANAMA FIORELA  
GONZÁLES VALERA MARIA TERESA**


Como requisito para optar el título profesional de **Licenciado en Administración de Empresas**. Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas las que fueron absueltas. El Jurado después de la deliberación en privado llegó a la siguiente conclusión:

La Sustentación es: APROBADO POR UNANIMIDAD

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el ACTA:

  
.....  
Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán  
Presidente

  
.....  
CPC Luis Palma Linares  
Miembro

  
.....  
CPC Beatriz Reátegui Ruiz  
Miembro.

**CALIFICACIÓN:**  
Aprobado (a) Excelencia : 19 – 20  
Aprobado (a) Unanimidad : 16 – 18  
Aprobado (a) Mayoría : 13 – 15  
Desaprobado (a) : 00 – 12

## **DEDICATORIA**

En primer lugar, dedico este plan de negocios a mis apreciados padres, Clauber Fasabi Satalaya y Lorfith Tuanama Tuanama quienes me enseñan a ser mejor cada día, me brindan fuerzas para seguir adelante a pesar de los obstáculos de la vida.

Segundo lugar a mi querida hermana, Gens Keisi Fasabi Tuanama, por ser mi inspiración a seguir a delante, a pesar de que tengamos nuestras discusiones y malos encuentros.

Fiorela Fasabi

Dedico este Plan de Negocio a Dios, por ser mi compañía y fortaleza todos los días de mi vida.

Con mucho amor a mis padres Lucio Gonzales Farro y María del Pilar Valera Hidalgo que con su amor y esfuerzo han hecho posible mi formación profesional.

A mi hermana Andrea Gonzales Valera, por brindarme su apoyo pese a cualquier circunstancia.

A mi esposo Jesús Salazar Cabrejos, quien estuvo siempre a mi lado, apoyándome de manera incondicional en todo momento.

A mi hijo Luis Jesús, por todo el tiempo que le quité, y por la alegría, fuerza e inspiración que siempre me transmite.

María T. Gonzales

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por brindarme salud y vida cada día en este mundo, así mismo a los docentes de la Universidad Científica del Perú por inculcarme enseñanza en el transcurso de mi carrera.

Doy gracias al Decano de la Facultad de Negocios: Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán, por apoyarme en el desarrollo de este plan de negocios.

Agradecer a mi novio por su apoyo moral e incondicional en los momentos más difíciles de mi carrera.

Fiorela Fasabi

Agradecer a los docentes de la Facultad de Negocios, por su apoyo incondicional en el desarrollo de nuestro Plan de Negocio.

Al Decano de la Universidad Científica del Perú Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán por orientarnos y apoyarnos en la elaboración de nuestro Plan de Negocio.

María T. Gonzales

## ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	V
ÍNDICE DE CUADROS .....	VII
ÍNDICE DE FIGURAS .....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS .....	IX
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	X
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XI
RESUMEN.....	1
ABSTRACT .....	2
<b>I. INFORMACION GENERAL .....</b>	<b>3</b>
1.1 Nombre del negocio .....	3
1.2 Actividad empresarial .....	3
1.3 Idea de negocio .....	4
<b>II. PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>5</b>
2.1 Necesidad de los clientes .....	5
2.2 Demanda actual y tendencias .....	8
2.3 Oferta actual y tendencias .....	10
2.4 Programa de marketing.....	14
2.4.1 El producto .....	14
2.4.2 El precio .....	17
2.4.3 La promoción.....	17
2.4.4 La cadena de distribución .....	18
<b>III. PLAN DE OPERACIONES .....</b>	<b>19</b>
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	19
3.2 El proceso productivo .....	20
<b>IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....</b>	<b>23</b>
4.1 La organización.....	23
4.2 Puestos, funciones y requisitos .....	23
4.3. Condiciones laborales.....	27
4.4 Régimen tributario .....	28

<b>V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO</b> .....	29
<b>5.1 Estudio económico</b> .....	29
<b>5.2 Estudio Financiero</b> .....	30
<b>CONCLUSIONES</b> .....	34
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	35
<b>Anexo 01: Cuestionario de mercado</b> .....	36
<b>Anexo 02: Resultados obtenidos del cuestionario</b> .....	38
<b>Anexo 03: Matriz del perfil competitivo</b> .....	48
<b>Anexo 04: las cinco fuerzas de Porter</b> .....	49

## ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro 1. Clasificación Industrial Internacional Uniforme – (CIUU). .....	3
Cuadro 2. Turistas que llegan al Perú en los últimos seis años. ....	5
Cuadro 3. Llegadas de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Tarapoto. ....	8
Cuadro 4. Cifras y motivos de visita de los turistas extranjeros al Perú 2016 .....	9
Cuadro 5. Posicionamiento de hoteles en el mercado de Tarapoto, 2017 .....	10
Cuadro 6. Precio de habitaciones .....	17
Cuadro 7. Presupuesto del proyecto Hotel *** M&F .....	19
Cuadro 8. Salario del personal .....	27

## ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Logo de la empresa, 2018.....	3
Figura 2. Hotel DoubleTree .....	6
Figura 3. Flamingo las Vegas.....	7
Figura 4. Marina Bay Sands.....	7
Figura 5. Hotel & Convention Center The Westin.....	7
Figura 6. Hotel Rio Cumbaza – Tarapoto .....	11
Figura 7. Hotel Rustica Tarapoto.....	12
Figura 8. Hotel Rio Sol – Tarapoto .....	12
Figura 9. Hotel San Marino – Tarapoto .....	13
Figura 10. Habitación simple.....	14
Figura 11. Habitación doble.....	15
Figura 12. Habitación triple.....	15
Figura 13. Habitación matrimonial.....	16
Figura 14. Disco bar .....	16
Figura 15. Restaurante.....	17
Figura 16. Polos promocionales Hotel M&F.....	18
Figura 17. Flujo del proceso de servicio en el Hotel *** M&F .....	20
Figura 18. Estructura Organizacional del Hotel *** M&F, año 2018 .....	23

## ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Comportamiento de mercado: tendencias y participación .....	29
Tabla 2. Ingreso por ventas.....	29
Tabla 3. Gastos administrativos.....	29
Tabla 4. Gastos comerciales.....	30
Tabla 5. Gastos pre operativos .....	30
Tabla 6. Inversión en activos fijos.....	30
Tabla 7. Depreciación y amortización en activos fijos .....	31
Tabla 8. Programa de endeudamiento .....	31
Tabla 9. Estado de resultados económicos.....	32
Tabla 10. Tributación del proyecto .....	33
Tabla 11. Flujo de caja .....	33

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página
Gráfico 1. Llegadas de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Tarapoto .	9
Gráfico 2. Edades de los turistas extranjeros que visitan Perú, año 2016 .....	10

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 01. Cuestionario de mercado .....	36
Anexo 02. Resultados obtenidos del cuestionario.....	38
Anexo 03. Matriz del perfil competitivo .....	48
Anexo 04. Las cinco fuerzas de porter .....	49

## RESUMEN

**Plan de negocios:** De un hotel innovador, tres estrellas, ciudad de Tarapoto - 2018

Fiorela Fasabi Tuanama

María Teresa Gonzales Valera

La presente investigación de negocios estudia la potencialidad que tiene Tarapoto por sus atractivos turísticos, que trae consigo el ingreso de turistas nacionales y extranjeros; donde de acuerdo a su necesidad buscan un lugar para su estadía.

El objetivo principal es determinar la perspectiva comercial, económica, financiera de la idea del negocio. Así mismo brindar un servicio de calidad que nuestro hotel poseerá, logrando una expectativa agradable al turista donde su satisfacción será de vital importancia porque nos contribuirá con más clientes.

Los resultados del estudio nos señalan que existe un mercado potencial de turistas nacionales y extranjeros que puede optar por el servicio y se determinó la rentabilidad del negocio.

El hotel como empresa tiene por única finalidad el lucro, es decir, obtener dinero a través de la venta de un servicio. La parte organizacional de la institución es de forma técnica en cuanto a parámetros de ubicación de sus diversos puestos.

Palabras clave: hospedaje, calidad integral, servicio de tres estrellas, ciudad de Tarapoto.

## **ABSTRACT**

Business plan: Of an innovative hotel, three stars, city of Tarapoto - 2018

Fiorela Fasabi Tuanama

María Teresa Gonzales Valera

The present business research studies the potential that Tarapoto has for its tourist attractions, which brings with it the entrance of national and foreign tourists; where according to their need they look for a place for their stay.

The main objective is to determine the commercial, economic, and financial perspective of the business idea. Also provide a quality service that our hotel will own, achieving a pleasant expectation for tourists where your satisfaction will be of vital importance because it will contribute more customers.

The results of the study indicate that there is a potential market for domestic and foreign tourists who can opt for the service and the profitability of the business was determined.

The hotel as a company has the sole purpose of profit, that is, obtain money through the sale of a service. The organizational part of the institution is technically in terms of location parameters of its various positions

Keywords: lodging, integral quality, three-star service, Tarapoto city.

## I. INFORMACION GENERAL

### 1.1 Nombre del negocio

Hotel \*\*\* M&F

Localización: ciudad de Tarapoto, región San Martín, Perú.

Sector de actividad: hotelero



Figura 1. Logo de la empresa, 2018.

Fuente: elaboración propia.

### 1.2 Actividad empresarial

Cuadro 1. Clasificación Industrial Internacional Uniforme – (CIUU).

<b>G</b>	<b>ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO Y DE SERVICIO DE COMIDAS</b>			
	55	Actividades de alojamiento		
		551	Actividades de alojamiento para estancias cortas	
			5510	Actividades de alojamiento para estancias cortas

Fuente: Instituto Nacional de Estadística – INEI.

### **1.3 Idea de negocio**

Buscamos satisfacer la necesidad de hotel en una zona urbana de la ciudad, con acceso rápido a otras instituciones públicas o privadas; con diversidad de tamaño de habitación acordes a su forma de viaje (individual, familia, negocios); además que se sienta seguro frente a cualquier problema de inseguridad ciudadana; con alto grado de limpieza, con servicios adicionales de comunicación digital, servicio de restaurante entre otros.

Nuestros clientes serán los visitantes nacionales, quienes visitan Tarapoto por 2 o 3 días con fines de trabajo; las familias que residen en otras ciudades del país quienes visitan a sus parientes en Tarapoto por más de 3 hasta 10 días. También nuestros clientes serán los visitantes internacionales quienes vienen por motivos de conocer la ciudad, más la geografía rural por sus atractivos turísticos quienes vienen de 3 a 8 días. Además, nuestros clientes son las empresas que solicitan habitaciones para los funcionarios que nos visitan entre 2 o 3 días.

A todos ellos les ofrecemos un servicio de hotel que pueden hacer reservas a través de la página web; con precios que tienen descuentos por la cantidad amplia de días; así mismo, precios corporativos a las empresas, con zona de estacionamiento de vehículos mayores y menores, servicio de alimentación mediante menús o platos a la carta, lavado de la ropa y planchado; también varios medios de pagos: tarjeta de débito y efectivo.

## II. PLAN DE MARKETING

### 2.1 Necesidad de los clientes

En la actualidad, una de las cosas más importantes para el éxito de los negocios es entender los gustos y las necesidades, de los clientes que van evolucionando de forma constante.

Según Philip Kotler (1996), las necesidades se convierten en deseos cuando se dirigen a objetos específicos que podrían satisfacerlos. Por ejemplo, la necesidad de alimento puede llevar a una persona a desear una hamburguesa o una pizza, la necesidad de vivienda puede impulsar a la persona a desear un departamento en un céntrico edificio o una casa con jardín en una zona residencial.

El turismo cumple un rol importante en el servicio de hotel debido a que los turistas buscan un lugar donde alojarse y sentirse cómodo. Así mismo uno de los sectores turísticos que más ha cambiado en los últimos años, es el del alojamiento es por ello que demos brindar un servicio integral a todos nuestros clientes.

Los turistas cuando viajan tienden a hacerlo de modo individual, en pareja, familia o grupos de amigos.

Cuadro 2. Turistas que llegan al Perú en los últimos seis años.

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
PERU	7,135,315	8,133,812	7,186,535	7,374,656	7,924,892	7,615,530
Índice 2012 = 100	100.00	113.99	100.72	103.35	111.07	106.73
Variación anual		0.14	-0.12	0.03	0.07	-0.04

Fuente: elaboración propia.

El turismo es uno de los sectores que más está prosperando en nuestra ciudad. Al pasar de los años la llegada de turistas va en aumento y en un momento en el que el sector hotelero mide sus fuerzas con la expansión de las habitaciones turísticas, es por eso que decidimos plantear un nuevo plan de

negocio de creación de un hotel 3 estrellas que reúna las características que los nuevos turistas buscan en las habitaciones, pero con una estructura solvente y moderna.

Según Juran (1996), con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes las organizaciones eficientes deben:

- a)** Determinar quiénes son sus clientes.
- b)** Precisar cuáles son los factores de éxito que les permitan responder a las necesidades, requerimientos y expectativas de sus clientes.
- c)** Establecer procesos efectivos que les permitan generar productos y servicios acordes con las necesidades, requerimientos y expectativas de sus clientes.
- d)** Enfocar sus esfuerzos en mejorar sus procesos y desarrollar métodos y evaluarlos.
- e)** Debemos estar conscientes que hay necesidades de orden mayor, o secundarias que el individuo tiene y que deben satisfacerse.



Figura 2. Hotel DoubleTree

Fuente: magazine.trivago.es



Figura 3. Flamingo las Vegas

Fuente: Perú21



Figura 4. Marina Bay Sands

Fuente: Molaunhuevo.com



Figura 5. Hotel & Convention Center The Westin

Fuente: elcomercio.pe

El cliente es esencial para el buen desempeño de la empresa y le ayuda a sobresalir. La satisfacción de los clientes nos genera beneficios los cuales debemos corresponder con servicio de buena calidad y debemos trabajar de una forma ética, es decir así como los clientes nos dan su lealtad así también nosotros les debemos corresponder.

La determinación de crecer en el mundo empresarial depende de la atención y el buen servicio que podamos brindar.

## 2.2 Demanda actual y tendencias

El sector turismo ha demostrado en los últimos años que es una actividad que genera muchos ingresos en el ámbito hotelero y turístico con la finalidad de brindar empleos. Por lo que la llegada de los turistas nacionales y extranjeros a nuestro país y a nuestra ciudad región San Martín varían durante los años, como nos lo proporciona Mincetur-Perú. En el siguiente cuadro, se muestran el número de turistas nacionales y extranjeros que arribaron a nuestro país entre los años 2012-2017. Por lo que se puede observar, la tendencia de visitantes de los últimos años ha sido favorable.

Cuadro 3. Llegadas de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Tarapoto.

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
PERU (personas)	7,135,315	8,133,812	7,186,535	7,374,656	7,924,892	7,615,530
Índice 2012 = 100	100.00	113.99	100.72	103.35	111.07	106.73
Variación anual		0.14	-0.12	0.03	0.07	-0.04
San Martín (personas)	12,455	16,804	24,444	23,761	25,907	18,786
Índice 2012 = 100	100.00	134.92	196.26	190.77	208.00	150.83
Variación anual		0.35	0.45	-0.03	0.09	-0.27

Fuente: MINCETUR/MT/DGIETA-DIAITA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje.

En el cuadro 3, se muestra que en el año 2017 existe una caída de llegadas de turistas y la razón es porque algunas personas prefieren viajar a otros lugares (extranjero) debido a que los pasajes son más cómodos. Otro punto es que en la ciudad es un clima tropical que en cualquier momento puede cambiar; afectando las vías de acceso a los lugares turísticos.

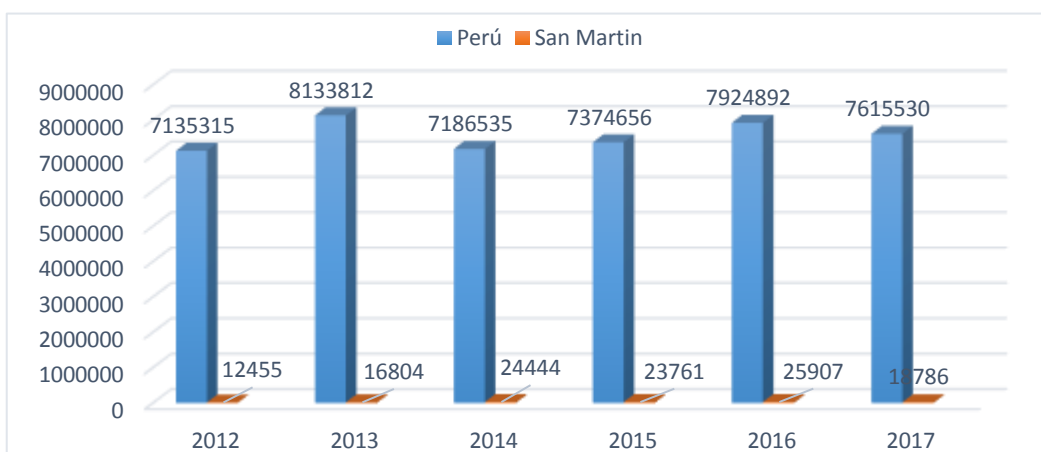


Gráfico 1. Llegadas de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Tarapoto.

Fuente: elaboración propia

En el cuadro 4, se observa que el principal motivo de los turistas extranjeros que vienen al Perú es por vacaciones con 65%, motivo de negocios con un 14%, visita a familiares con un 14%, motivo de tratamiento médico con 3%, asistir a seminarios con 2% y finalmente misiones y trabajos de investigación con un 1%.

Cuadro 4. Cifras y motivos de visita de los turistas extranjeros al Perú, 2016.

Motivo de viaje	Cantidad de turistas (millones)	Porcentaje
Vacaciones, recreación u ocio	2,30	65%
Negocios	0,49	14%
Visitar a familiares o amigos	0,48	14%
Salud (tratamiento médico)	0,12	3%
Asistir a seminarios, conferencias	0,07	2%
Misiones /trabajo religioso	0,05	1%
Educación (realizar estudios, investigaciones por grado, etc)	0,04	1%
Total	3,55	100%

Fuente: promperú

En la gráfica 2, se puede observar que la mayoría de los turistas extranjeros que visitan nuestro país, tienen edades que fluctúan entre 35 a 54 años (38%), seguido de otros turistas entre edades de 25 a 38 años (33%), también tenemos un 15% de turistas extranjeros mayores de 55 años. Finalmente, un 14% representa a los turistas menores de 25 años de edad.

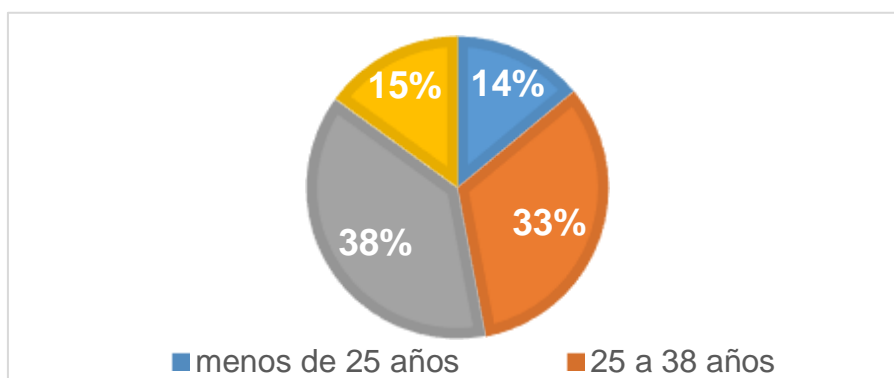


Gráfico 2. Edades de los turistas extranjeros que visitan Perú, año 2016

Fuente: elaboración propia

### 2.3 Oferta actual y tendencias

La ubicación del Hotel \*\*\* M&F se localiza en el centro de la ciudad de Tarapoto, puesto que será un atractivo cultural para ser añadido en un city tour hacia todos los turistas para conocer y vivir los atractivos turísticos de la ciudad o región San Martín que guarda la Amazonia peruana. Si analizamos la oferta de hoteles en la ciudad de Tarapoto, determinamos el posicionamiento que tienen los hoteles.

Cuadro 5. Posicionamiento de hoteles en el mercado de Tarapoto, 2017

Posicionamiento	Empresas	Habitación Simple	Habitación doble	Habitación matrimonial	Ubicación
1	Rio Cumbaza Hotel	S/ 181	S/196	S/363	Tarapoto
2	Hotel Rustica Tarapoto	S/402	S/605	S/805	Cacatachi
3	Hotel Rio Sol	S/129	S/162	S/204	Tarapoto
4	Hotel San Marino	S/152	S/168	S/237	Morales

Fuente: elaboración propia

**a) Río Cumbaza Hotel**

Este hotel ofrece una piscina al aire libre y habitaciones con conexión Wi-Fi gratis en Tarapoto. El Río Cumbaza dispone de un servicio de traslado gratuito desde el aeropuerto de Castillo Paredes, ubicado a 2 km. Los huéspedes son recibidos con bebidas de bienvenida a su llegada.

Las habitaciones del Río Cumbaza Hotel cuentan con aire acondicionado, TV de pantalla plana con reproductor de DVD y minibar. Todas tienen baño privado con artículos de aseo gratuitos. La suite incluye una bañera de hidromasaje y un balcón privado con vistas.

Todos los días se sirve un desayuno completo con especialidades regionales.



Figura 6. Hotel Río Cumbaza – Tarapoto, 2018

Fuente: rio-cumbaza.es.

**b) Hotel Rustica Tarapoto**

El Hotel Rustica Tarapoto se encuentra en Tarapoto y ofrece una piscina al aire libre y WiFi gratuita, cuenta con jardín, terraza y bar. El establecimiento alberga un restaurante.

Las habitaciones del complejo están equipadas con armario TV de pantalla plana. Algunas habitaciones del Hotel Rustica Tarapoto tienen balcón y todas las mañanas se sirve un desayuno buffet. El establecimiento cuenta con mesa de billar.



Figura 7. Hotel Rustica Tarapoto, 2018

Fuente: rustica-tarapoto.es.

**c) Hotel Rio Sol**

Está ubicado en Tarapoto y ofrece una piscina exterior, un restaurante, conexión Wi-Fi gratuita y desayuno. El establecimiento se encuentra a 250 metros de la catedral.

Las habitaciones disponen de TV de pantalla plana por cable, minibar, aire acondicionado, y baño privado con ducha, artículos de aseo gratuitos y toallas. Algunas habitaciones tienen vistas a la piscina y algunas gozan de vistas a la ciudad.

El Rio Sol Tarapoto Hotel proporciona un servicio de entrega de comestibles, instalaciones para reuniones, un salón compartido y aparcamiento gratuito.



Figura 8. Hotel Rio Sol – Tarapoto, 2018

Fuente: riosoltarapoto.es.

**d) Hotel San Marino**

El Hotel San Marino - Tarapoto ofrece alojamiento con aire acondicionado en Tarapoto. Este hotel de 3 estrellas organiza un servicio gratuito de traslado y tiene recepción 24 horas. Cuenta con Wi-Fi gratuita y aparcamiento.

Todas sus habitaciones cuentan con un escritorio, TV de pantalla plana y baño privado, disponen de armario y todos los días se sirve un desayuno continental y americano.



Figura 9. Hotel San Marino – Tarapoto, 2018

Fuente: [san-marinotarapoto.es](http://san-marinotarapoto.es).

## **2.4 Programa de marketing**

### **2.4.1 El producto**

El hotel será creado con el propósito de brindar un excelente servicio y satisfacer las necesidades de todos los clientes; además llegar a ser uno de los hoteles del área mejor posicionados ya que brindaremos un gran servicio y a un precio por debajo de la competencia.

El hotel contará con un pequeño disco bar, restaurante, aparcamiento, piscina y con habitaciones simples, dobles, triples y matrimoniales; cada habitación cuenta con los siguientes servicios: Wi-Fi, aire acondicionado, Tv cable, frigo bar, seguridad.

#### **a) Habitación simple**

Es perfecta para una persona, dispondrá de una cama de 1 plaza  $\frac{1}{2}$ , baño privado, tv pantalla plana, wifi gratuita, aire acondicionado, frigobar, teléfono y un pequeño ropero.



Figura 10. Habitación simple

Fuente: losgirasoleshoteles.com

#### **b) Habitación doble**

Perfecta para dos personas, contará con ventanas de doble acristalamiento para que disfrute de un ambiente tranquilo y relajante. Dispondrá de 2 camas de 1 plaza  $\frac{1}{2}$ , baño privado, tv pantalla plana, Wi-Fi gratuita, aire acondicionado, frigobar, teléfono y un pequeño ropero.



Figura 11. Habitación doble.

Fuente: [tripadvisor.com.mx](http://tripadvisor.com.mx)

**c) Habitación triple**

Tiene capacidad para tres personas en 3 camas de 2 plazas garantizando comodidad y tranquilidad; contara baño privado, tv pantalla plana, Wi-Fi gratuita, aire acondicionado, frigobar, teléfono y ropero.



Figura 12. Habitación triple

Fuente: [toscanainnhotel.com](http://toscanainnhotel.com)

**d) Habitación matrimonial**

Perfecta para las parejas, dispondrá de 1 cama queen, con baño privado, tv pantalla plana, Wi-Fi gratuita, aire acondicionado, frigobar, teléfono y un ropero.



Figura 13. Habitación matrimonial

Fuente: hotels.com

**e) Disco bar**

Será un espacio cerrado de horario nocturno para todos los clientes mayores de 18 años que deseen escuchar música grabada, bailar, interactuar con otras personas y consumir bebidas.



Figura 14. Disco bar

Fuente: granhotelsuances.com

#### f) **Restaurante**

Será un local con capacidad para 20 personas, que ofrece comida, bebidas de la zona entre otras variedades; atención de primera 10 horas al día para satisfacer su necesidad.



Figura 15. Restaurante

Fuente: hotelperunews.com

#### 2.4.2 **El precio**

Cuadro 6. Precio de habitaciones por día de alojamiento

<b>Tipo de habitación</b>	<b>Precio</b>
Simple	S/. 160
Doble	S/. 180
Triple	S/. 265
Matrimonial	S/. 190

Fuente: elaboración propia

#### 2.4.3 **La promoción**

En la fase inicial de operaciones es necesario ofrecer descuentos a consumidores constantes o clientes potenciales y promocionar el hotel en las distintas redes sociales para incrementar las ventas. Entre ellas se ofrecerán lo siguiente:

##### a) **Descuentos:**

- Grupos de turistas mayores de 8 tendrán un descuento del 15%.
- Personas que se hospedan por más de 7 días desayuno gratis.

- 9 x 8, alojas 9 noches y pagas por 8.

**b) Publicidad:**

- Crear una página de Facebook, la cual proporcionara información sobre la empresa subiendo fotos y videos.
- Se realizará constantes publicaciones por Twitter para obtener clientes y seguidores.
- Se creará Instagram con el único objetivo de ganar más seguidores y puedan compartir nuestras fotos.



Figura 16. Polos promocionales hotel M&F.

Fuente: elaboración propia

#### **2.4.4 La cadena de distribución**

La distribución del servicio será mediante Facebook, Twitter, Instagram, además tendrá convenios con las agencias de viaje, guías de turismo, y taxistas.

Se recurrirá a los choferes para que oriente al cliente a optar por nuestro hotel recogiénolos ya sea en el aeropuerto o agencias de viaje. Así mismo pagar la comisión por cada pasajero que lleven.

### III. PLAN DE OPERACIONES

#### 3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento

El Hotel \*\*\* M&F ha sido diseñado y será construido para cumplir con las características de un hotel de categoría 3 estrellas. Su diseño moderno y elegante brindará una estancia cómoda y funcional para el huésped.

El hotel dispondrá de 30 habitaciones completamente equipadas, los acabados proveerán un aspecto limpio y cómodo y se ofrecerá Wi-Fi gratis en todo el hotel.

El disco bar, restaurante y recepción estarán disponibles las 24 horas. Proporcionará facilidades para personas con movilidad restringida (habitaciones, accesibilidad de zonas comunes del hotel, rampa en piscina), iluminación de emergencia. También contará con cámaras de seguridad monitoreadas.

Cuadro 7. Presupuesto del proyecto Hotel \*\*\* M&F

Rubro	Und	Cantidad	Precio
Terreno	m2	585 m2	180,000.00
Presupuesto de obra:			
Obras provisionales y preliminares	glb	1	150,230.00
Arquitectura	glb	1	345,150.00
Estructuras	glb	1	575,480.00
Instalaciones eléctricas	glb	1	200,000.00
Instalaciones Sanitarias	glb	1	190,450.00
Aire acondicionado	glb	1	210,340.00
Costo directo			1,671,650.00
Gastos generales 15%	glb	1	250,747.50
Utilidades 6%	glb	1	100,299.00
Presupuesto obra			
Inversión Proyecto			
Presupuesto obra			3,874,346.50
Gerencia y supervisión			175,860.00
Diseño de especialidades			345,700.00
Total			4,395,906.50

Fuente: Elaboración propia.

### 3.2 El proceso productivo

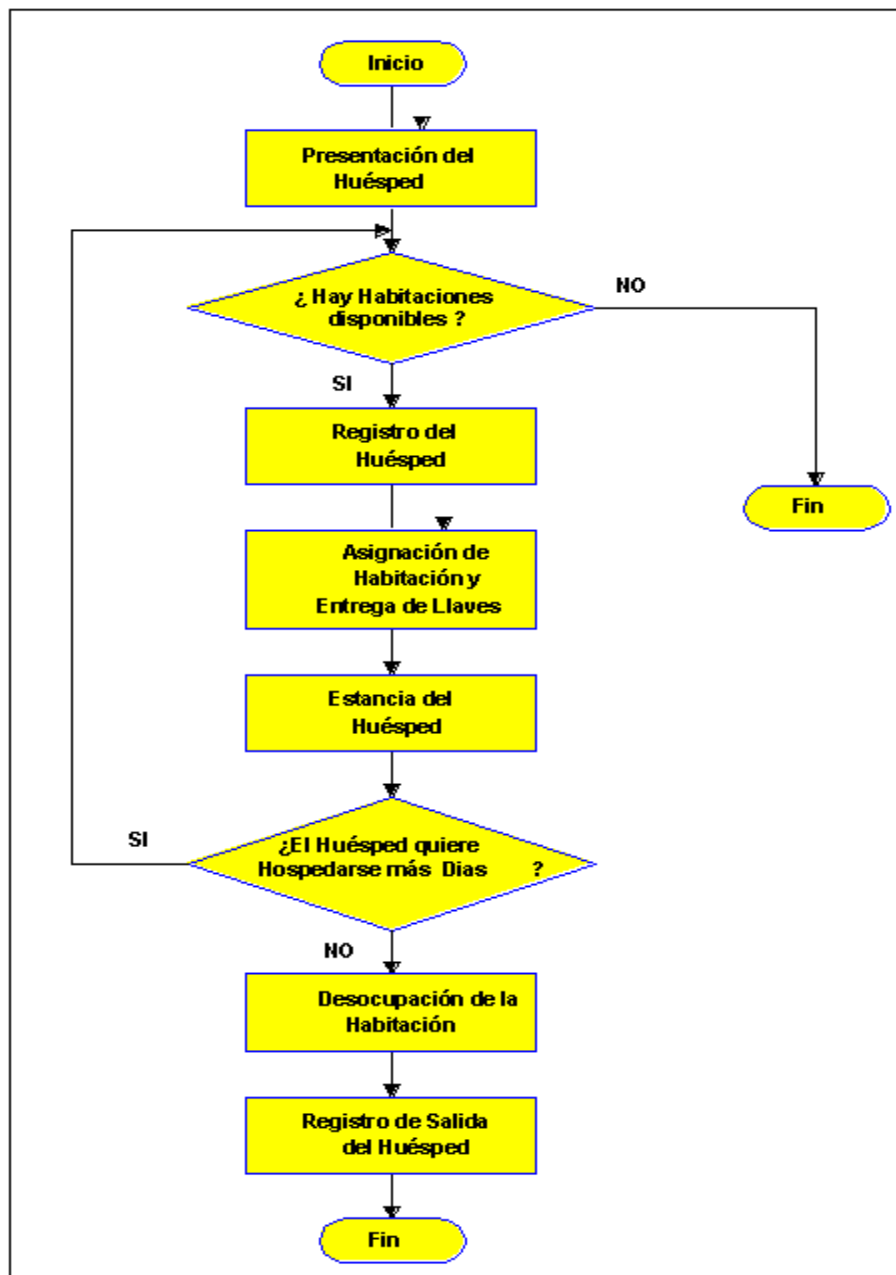


Figura 17. Flujo del proceso de servicio en el Hotel \*\*\* M&F

Fuente: Guíasempresariales.

#### Descripción del proceso de producción

- a) **Presentación del huésped.** El huésped se presenta en el hotel el mismo día de su estancia.

- b) Hay habitaciones disponibles.** El empleado de recepción verificará en el registro la existencia, o no de habitaciones disponibles. En caso de que no existan concluye el proceso, en caso contrario se procederá a registrar al huésped, quedando antes de acuerdo en el tipo de habitación que se asignará, el precio de la habitación, los días de estancia del huésped y los servicios complementarios que ofrece el hotel.
- c) Registro del huésped.** Se registra al huésped, quien llena la tarjeta de registro correspondiente, con sus datos personales señalando los días de hospedaje., garantiza el pago de su estancia mediante un depósito en efectivo, con la firma de un Boucher de tarjeta de crédito, o bien liquidando completamente el cargo por la estancia. Además de lo anterior se debe dejar otro depósito o Boucher firmado por los daños que el huésped pudiera causar a las instalaciones del hotel durante su estancia, devolviendo el hotel dicho depósito al término de la estancia del huésped, en caso de que no se hayan cometido daños por parte del huésped.
- d) Asignación de habitación y entrega de llaves.** Se asigna habitación al huésped y se le entregan las llaves de la habitación que ocupará durante su estancia, indicándole la forma de llegar o bien designando a una persona para que lo guíe a su cuarto.
- e) Estancia del huésped.** Durante la estancia se atenderán los requerimientos que satisfagan al cliente.
- f) El huésped quiere hospedarse más días.** En caso de que el huésped quiera utilizar la habitación más días de los especificados en el contrato deberá consultar con recepción si hay disponibilidad de cuartos, si existe la disponibilidad se seguirá el mismo proceso desde la actividad de registro del huésped. En caso de que no haya disposición de cuartos, o de que el cliente no requiera hospedarse un mayor número de días se procederá a la desocupación de la habitación.

- g) Desocupación de la habitación.** El huésped deberá desocupar la habitación el día pactado en el contrato a la hora determinada, de lo contrario se cobrará un día más.
- h) Registro de salida del huésped.** El huésped firma un registro de salida que incluye fecha y hora; se le devuelve el depósito o Boucher por daños a instalaciones, en caso de no existir daños; en caso contrario, se evalúan los daños y del depósito o Boucher se aplica la cantidad que cubra dichos conceptos.

## IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

### 4.1 La organización

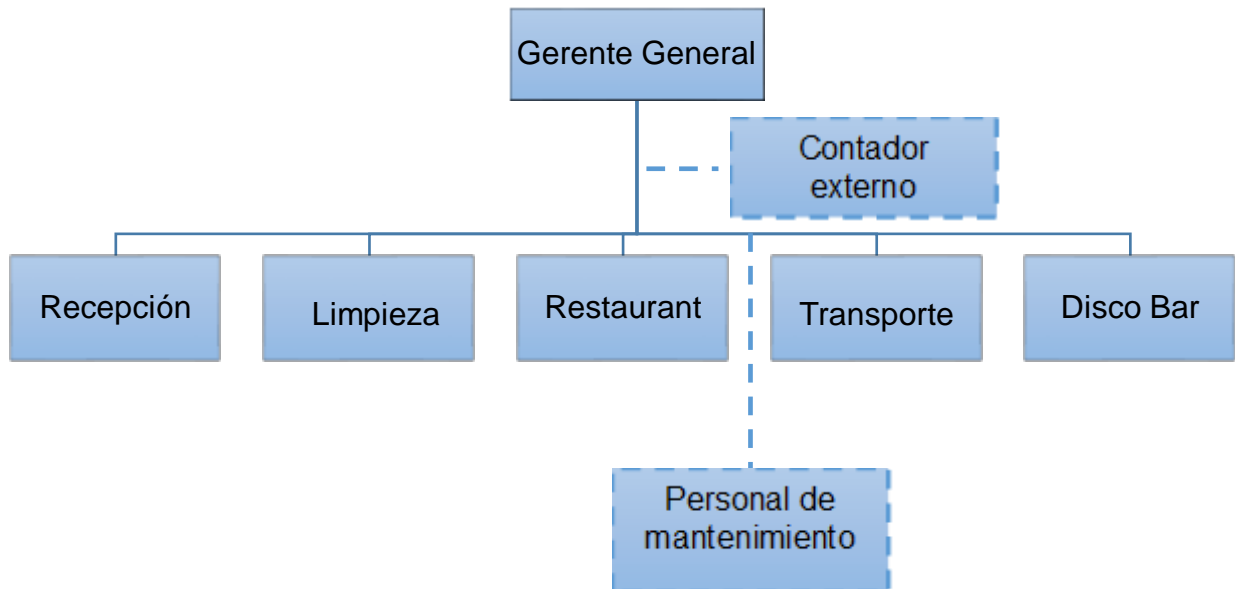


Figura 18. Estructura Organizacional del Hotel \*\*\* M&F, año 2018

Fuente: Elaboración propia.

### 4.2 Puestos, funciones y requisitos

#### a) Puesto: Gerente general

##### Funciones:

- a. Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. Es la previsión del rumbo de la organización a futuro, es establecer los objetivos que se deben lograr, es anticiparse y prever los posibles escenarios y las acciones que se han de adoptar frente a ellos
- b. Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos. Como diseñar y determinar la estructura organizacional, prever los requerimientos de personal, asignar los roles y tareas a la persona, prever la necesidad de materiales, maquinarias, establecer los procesos de trabajo.

- c. Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- d. Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.  
Coordinar con el Ejecutivo de Venta y la secretaria las reuniones, aumentar el número y calidad de clientes, realizar las compras de materiales, resolver sobre las reparaciones o desperfectos en la empresa.
- e. Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.

**b) Puesto: Recepcionistas**

**Funciones:**

- a. Formalizar las entradas y salidas de clientes, aportándoles la información necesaria para la óptima prestación del servicio.
- b. Gestionar eficazmente las reservas a fin de obtener el mayor índice de ocupación a la vez que satisfaga las expectativas del cliente.
- c. Formalizar la documentación y gestionar la información para remitirla posteriormente a los departamentos adecuados.
- d. Registrar, controlar y cobrar los servicios consumidos por los clientes.

**Requisitos:**

- a) Edad (22-30)
- b) Egresado de idiomas
- c) Experiencia mínima de 6 meses
- d) Amabilidad y buen trato

**c) Puesto: Personal de limpieza**

**Funciones:**

- a) Tener siempre las instalaciones de la empresa en perfecto estado y en orden.
- b) Velar por el buen funcionamiento de los baños y comedor, con la finalidad de brindar un ambiente estable y seguro tanto para el personal como para los clientes.

- c) Revisar el lugar de trabajo antes de iniciar las labores diarias y después de terminar las mismas.

**Requisitos:**

- a) Edad (25-40)
- b) Secundaria completa
- c) Hombres

**d) Puesto: Chef**

**Funciones:**

- a. Realizar de manera cualificada, autónoma y responsable, la preparación del aderezo y presentación de platos utilizando las técnicas más idóneas.
- b. Colaborar en los pedidos y conservación de materias primas y productos de uso en la cocina.
- c. Colaborar en el montaje, servicio y desmontaje de bufets.
- d. Planificar los menús y cartas.
- e. Colaborar en la gestión de costes e inventarios, así como en las compras.
- f. Controlar y cuidar de la conservación y aprovechamiento de los productos puestos a su disposición.

**Requisitos:**

- a) Edad (25-35)
- b) Experiencia de 1 año
- c) Técnico en gastronomía

**e) Puesto: Mozo**

**Funciones:**

- a. Atender a los clientes o comensales que recurren al establecimiento gastronómico.
- b. Se encarga de darles la bienvenida al restaurante, los invita a ubicarse en una mesa y les ofrece la carta o menú del lugar.

- c. Se encarga de tomar el pedido de los comensales y hacer las recomendaciones o comentarios pertinentes a platos y bebidas.

**Requisitos:**

- a) Edad (20-30)
- b) Experiencia de 1 año
- c) Secundaria completa
- d) Hombre

**f) Puesto: Chofer**

**Funciones:**

- a. Orientar, informar y derivar a los usuarios, según la atención que requieran, facilitándoles los trámites a realizar. (agente facilitador)
- b. Observar y respetar el conducto regular, la jerarquía y la formalidad necesaria de un funcionario público.
- c. Efectuar el transporte de pacientes, personal, materiales, medicamentos y cualquier especie que determine la jefatura.
- d. Mantener el aseo y cuidado del vehículo y de su equipamiento.

**Requisitos:**

- a) Edad (30-40)
- b) Experiencia de 1 año
- c) Hombre

**g) Puesto: Barman**

**Funciones:**

- a. Ejecutar de manera cualificada, autónoma y responsable, la venta, distribución y servicio de bebidas en el bar, así como la preparación de cócteles.
- b. Preparar diferentes tipos de cocteles y bebidas combinadas.
- c. Recibir, despedir, ubicar y aconsejar a los clientes.

d. Tomar los pedidos, distribuir y servir las bebidas con sus acompañamientos.

e. Examinar y controlar las existencias de mercancías.

**Requisitos:**

- a) Edad (25-35)
- b) Experiencia de 1 año
- c) Hombre
- d) Secundaria Completa

**4.3. Condiciones laborales**

**Jornada de trabajo.** La jornada de trabajo será de 24 horas diarias.

**Recepcionistas.** Estarán compuestas por 2 recepcionistas, inicia a las 7.30 am, se interrumpe a las 12.30 pm para tomar alimentos, descansar y se reanuda a las 3.30 pm para terminar a las 6.30 pm. Y así mismo continuar con el siguiente horario que se inicia a las 6.30 pm, se interrumpe a las 12.30 am para un descanso y reanuda a la 3.30 am para terminar a las 6.30 am.

**Personal de limpieza.** - Estarán compuestas por 2 personales, inicia a las 8.00 am, se interrumpe a las 12.30 pm para tomar alimentos y un pequeño descanso, se reanuda a la 1.30 pm para terminar a las 5.00 pm.

**Chef.-** Inicia a las 6.30 am para terminar a las 4.00 pm

**Mozo.-** Inicia a las 7.00 am para terminar a las 3.00 pm.

**Barman.-** Inicia a las 8.00 pm para terminar a las 3.00 am.

**Salario.-** El salario a pagar por los servicios requeridos son los siguientes:

Personal	Remuneración mensual (Soles)
Gerente General	930
Sub Gerente	930
Recepcionistas	1000
Personal de limpieza	930
Chef	1000
Mozo	930
Chofer	930
Barman	930

Cuadro 8. Salario del personal

Fuente: elaboración propia

#### **4.4 Régimen tributario**

El hotel \*\*\* M&F, se registrará bajo el Régimen General de Impuesto a la Renta: Régimen Especial MYPE Tributario (Tasa escalonada para el pago anual del impuesto a la Renta: hasta 15 UIT = 10%, EXCESO 29.5%).

Es un impuesto que grava las utilidades: diferencia entre ingresos y gastos aceptados tributariamente, siendo la fuente generadora de la renta: Capital y trabajo.

Por encontrarse ubicada en la amazonía se encuentra exonerada de pago del Impuesto General a las Ventas (IGV).

#### **Ley de la promoción de la inversión en la amazonia ley Nº 27037**

##### **Artículo 13º.- Impuesto General a las Ventas**

Los contribuyentes ubicados en la Amazonía gozarán de la exoneración de Impuesto General a las ventas, por las siguientes operaciones:

- a) La venta de bienes que se efectúe en la zona para su consumo en la misma;
- b) Los servicios que se presten en la zona; y,
- c) Los contratos de construcción o la primera venta de inmuebles que realicen los constructores de los mismos en dicha zona.

Los contribuyentes aplicarán el Impuesto General a las Ventas en todas sus operaciones fuera del ámbito indicado en el párrafo anterior, de acuerdo a las normas generales del señalado impuesto.

## V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

### 5.1 Estudio económico

Tabla 1. Comportamiento de mercado: tendencias y participación

	Año 1	Año 2	Año 3
Llegada de turistas a San Martín	12,455		
Tendencia del mercado	0%	2%	2%
Demanda estimada anual (Llegada Turistas)	12,455	12,704	12,958
Participación de mercado	5%	8%	10%
Demanda del proyecto (Llegada de Turistas)	623	1,016	1,296

Fuente: Elaborado por los autores.

Tabla 2. Ingreso por ventas.

Habitaciones	Capacidad Instalada	Precio	Ingreso	Año 1
Simple	10	160	518	80,958
Doble	7	180	232	126,086
Triple	5	265	311	140,450
Matrimonial	8	190	173	142,352
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>795</b>	<b>1,234</b>	<b>489,846</b>

Fuente: Elaborado por los autores.

Tabla 3. Gastos administrativos.

GASTO ADMINISTRATIVOS	Año 1	Año 2	Año 3
Gerentes	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 930	S/. 930	S/. 1,000
Recepcionistas	2	2	2
Sueldo mensual	S/.1,000	S/.1,000	S/.1,000
conductor	1	1	1
Sueldo mensual	S/.930	S/.930	S/.930
Limpieza	2	2	2
Sueldo mensual	S/.930	S/.930	S/.930
Chef	1	1	1
Sueldo mensual	S/.1,000	S/.1,000	S/.1,000
Mozo	1	1	1
Sueldo mensual	S/.930	S/.930	S/.930
Barman	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000
Remuneraciones del personal	S/. 9,580	S/. 9,580	S/. 9,720
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneración total mensual	S/. 10,410	S/. 10,410	S/. 10,562
Servicios públicos	S/. 5,000	S/. 5,000	S/. 5,000
Útiles oficina	S/. 1,000	S/. 500	S/. 300
Otros	S/. 100	S/. 150	S/. 200
Total mensual	S/. 16,510	S/. 16,060	S/. 16,062
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>S/.198,123</b>	<b>S/.192,723</b>	<b>S/.192,749</b>

Fuente: Elaborado por los autores.

Tabla 4. Gastos comerciales.

GASTO COMERCIAL	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 2,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,500.00
Alquiler local	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Promociones	S/. 500.00	S/. 400.00	S/. 500.00
Otros	S/. 50.00	S/. 100.00	S/. 200.00
Total mensual	S/. 2,550.00	S/. 3,500.00	S/. 4,200.00
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>S/.30,600.00</b>	<b>S/.42,000.00</b>	<b>S/. 50,400.00</b>

Fuente: Elaborado por los autores.

Tabla 5. Gastos pre operativos

Gasto pre operativo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 3,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 2,000.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
<b>Total</b>	<b>S/. 5,500.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 0.00</b>

Fuente: Elaborado por los autores.

## 5.2 Estudio Financiero

Tabla 6. Inversión en activos fijos.

Activo fijo	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Terreno	S/. 180,000	1	S/. 180,000	0	S/. 0
Construcción	S/. 2,022,697	1	S/. 2,022,697	5	S/. 404,539
Equipos	S/. 2,550	24	S/. 61,200	5	S/. 12,240
Vehículos (alquiler)	S/. 3,000	1	S/. 3,000	0	S/. 0
Muebles	S/. 3,000	1	S/. 3,000	5	S/. 600
<b>Total</b>	<b>S/. 2,211,247</b>		<b>S/. 2,269,897</b>		<b>S/. 418,379</b>

Equipos	Valor Adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Televisores	1200	24	28800	5	S/. 5,760
Frigo bar	350	24	8400	5	S/. 1,680
Aire acondicionado	1000	24	24000	5	S/. 4,800
<b>Total</b>	<b>2550</b>		<b>61200</b>		<b>12240</b>

Fuente: Elaborado por los autores

Tabla 7. Depreciación y amortización en activos fijos.

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.2,269,897.00	-S/.417,379.00	-S/.417,379.00	-S/.417,379.00	S/.1,017,760.00
Amortización activo intangible	S/.2,500.00	-S/.500.00	-S/.500.00	-S/.500.00	S/.1,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/.2,272,397.00</b>	<b>-S/.417,879.00</b>	<b>-S/.418,879.00</b>	<b>-S/.418,879.00</b>	<b>S/.1,018,760.00</b>

Fuente: Elaborado por los autores.

Tabla 8. Programa de endeudamiento

Deuda a tomar		DECISIÓN			ENTORNO DECISIÓN
18.00%	S/. 300,000	1.5%	mensual		
	Anual	60	meses		
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total	
1	300,000	4,500	2,500	7,000	
2	297,500	4,463	2,500	6,963	
3	295,000	4,425	2,500	6,925	
4	292,500	4,388	2,500	6,888	
5	290,000	4,350	2,500	6,850	
6	287,500	4,313	2,500	6,813	
7	285,000	4,275	2,500	6,775	
8	282,500	4,238	2,500	6,738	
9	280,000	4,200	2,500	6,700	
10	277,500	4,163	2,500	6,663	
11	275,000	4,125	2,500	6,625	
12	272,500	4,088	2,500	6,588	
		51,525	30,000		

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	270,000	4,050	2,500	6,550
14	267,500	4,013	2,500	6,513
15	265,000	3,975	2,500	6,475
16	262,500	3,938	2,500	6,438
17	260,000	3,900	2,500	6,400
18	257,500	3,863	2,500	6,363
19	255,000	3,825	2,500	6,325
20	252,500	3,788	2,500	6,288
21	250,000	3,750	2,500	6,250
22	247,500	3,713	2,500	6,213
23	245,000	3,675	2,500	6,175
24	242,500	3,638	2,500	6,138
		46,125	30,000	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	240,000	3,600	2,500	6,100
26	237,500	3,563	2,500	6,063
27	235,000	3,525	2,500	6,025
28	232,500	3,488	2,500	5,988
29	230,000	3,450	2,500	5,950
30	227,500	3,413	2,500	5,913
31	225,000	3,375	2,500	5,875
32	222,500	3,338	2,500	5,838
33	220,000	3,300	2,500	5,800
34	217,500	3,263	2,500	5,763
35	215,000	3,225	2,500	5,725
36	212,500	3,188	2,500	5,688
		40,725	30,000	

Fuente: Elaborado por los autores.

cambios en capital de trabajo		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja	10.0%	2.0%	2.0%	2.0%	
Monto	-S/.33,546,846	-S/.4,568,812	-S/.3,676,687	S/.0	
Cuentas x cobrar					
Número de días		15	15	15	
Monto		-S/.13,977,852	-S/.9,518,358	-S/.7,659,765	
Inventario					
Número de días		30	30	30	
Monto		S/.0	S/.0	S/.0	
Cuentas x pagar					
Número de días		30	30	30	
Monto		S/.0	S/.0	S/.0	
<b>TOTAL</b>	<b>-S/.33,546,846</b>	<b>-S/.18,546,664</b>	<b>-S/.13,195,045</b>	<b>-S/.7,659,765</b>	<b>S/.72,948,320</b>

Tabla 9. Estado de resultados económicos.

EGP	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.335,468,458	S/.563,909,059	S/.747,743,412
Costo ventas	S/.0	S/.0	S/.0
Margen Bruto	S/.335,468,458	S/.563,909,059	S/.747,743,412
Gastos administrativos	S/.140,356	S/.137,564	S/.138,372
Depreciación	S/.203,400	S/.203,400	S/.203,400
Gastos comerciales	-S/.30,600	-S/.18,000	-S/.20,400
Margen operativo	S/.335,357,166	S/.563,817,175	S/.747,645,112
Gastos financieros	-S/.51,525	-S/.46,125	-S/.40,725

Margen antes de tributos	S/.335,305,641	S/.563,771,050	S/.747,604,387
Tributos	-S/.48,619,318	-S/.81,746,802	-S/.108,402,636
Margen neto	S/.286,686,323	S/.482,024,248	S/.639,201,751

Fuente: Elaborado por los autores.

Tabla 10. Tributación del proyecto

<b>CÁLCULO DE LA TRIBUTACIÓN</b>			
	Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades	10%	10%	10%
Impuesto a la renta	5%	5%	5%
Tasa tributaria (TAX)	14.50%	14.50%	14.50%

Fuente: Elaborado por los autores.

Tabla 11. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.335,468,458	S/.563,909,059	S/.747,743,412	
Inversión inicial					
Activo fijo	S/.2,144,397				S/.887,760
Capital de trabajo	S/.335,468,458	S/.549,931,207	S/.738,225,054	-S/.7,659,765	-S/.1,246,949,650
Compras		S/.0	S/.0	S/.0	
Gastos administrativos		S/.140,356	S/.137,564	S/.138,372	
Gastos comerciales		S/.30,600	S/.18,000	S/.20,400	
Pago impuestos		-S/.48,568,131	-S/.81,694,832	S/.108,349,883	
Flujo Caja Económico (FCE)	S/.337,612,855	S/.837,002,490	S/.1,220,594,845	S/.631,892,537	-S/.1,246,061,890
Préstamo recibido	S/.300,000				-S/.210,000
Amortización		-S/.30,000	-S/.30,000	-S/.30,000	
Gastos financieros		-S/.51,525	-S/.46,125	-S/.40,725	
<b>Escudo fiscal</b>		S/.7,471	S/.6,688	S/.5,905	
Flujo Caja Financiero (FCF)	S/.337,912,855	S/.836,928,436	S/.1,220,525,408	S/.631,827,717	-S/.1,246,271,890

Fuente: Elaborado por los autores.

## CONCLUSIONES

- a) El Hotel \*\*\* M&F es un plan de negocio competitivo que realizará el turismo tanto en la ciudad de Tarapoto como de la Región, poniendo como preservando su cultura a otras generaciones tanto como nacionales e internacionales.
- b) De acuerdo al estudio realizado se puede concluir que el Hotel\*\*\* M&F contará a futuro con una buena acogida de los clientes por sus servicios que brindará, cuyo objetivo es satisfacer las necesidades de cada huésped.
- c) Respecto a la estructura organizacional de la empresa, busca que el personal que labora en los distintos puestos cumpla las tareas y funciones determinadas con la finalidad de brindar una buena atención a los clientes que se hospedarán en el Hotel.
- d) Tomando en consideración los resultados en el análisis económico financiero, se concluye que el Hotel \*\*\* M&F será rentable, puesto que el análisis de beneficio da como resultado la recuperación de capital a los 2 años de funcionamiento.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Philip Kotler (1996) *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. Prentice Hall, 1996 [https://es.wikipedia.org/wiki/Philip\\_Kotler](https://es.wikipedia.org/wiki/Philip_Kotler)

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Censos Nacionales 1993 y 2007. <https://www.inei.gob.pe/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIIU. <https://www.inei.gob.pe/>

Juran, J. M. (1996) *Juran y la calidad por el diseño*. México: Díaz de Santos. <https://www.monografias.com/trabajos79/necesidades-clientes-nueva-vision-competencia/necesidades-clientes-nueva-vision-competencia.shtml>

Proceso productivo:

[https://www.google.com.pe/search?q=el+proceso+productivo+de+un+hotel+3+estrellas&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjK25mvstfeAhUErIkKHTToCIAQ\\_AUIDigB&biw=1185&bih=634#imgsrc=6n8gLsk\\_dgCUbM](https://www.google.com.pe/search?q=el+proceso+productivo+de+un+hotel+3+estrellas&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjK25mvstfeAhUErIkKHTToCIAQ_AUIDigB&biw=1185&bih=634#imgsrc=6n8gLsk_dgCUbM)

<https://www.gestiopolis.com/descripcion-de-cargo-del-gerente-general/>

Ley de Promoción de la Inversión en la Amazonía Ley N° 27037 (30.12.98)

MINCETUR/MT/DGIETA-DIAITA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje

Promperú (2011). Perfil del Turista Extranjero 2011. En: Promperú. Fecha de consulta: 20.02.2015.

<http://intranet.promperu.gob.pe/IMPP/2011/TurismoReceptivo/DemandaActual/PerfilTuristaExtranjero2011.pdf>

Promperú (2013). “Perfil del Turista Extranjero 2013”. En: Promperú. 2013. Fecha consulta 20/02/2015.

<http://media.peru.info/IMPP/2013/TurismoReceptivo/DemandaActual/PerfilTuristaExtranjero2013.pdf>



**10.- A partir de cuanto estaría dispuesto a pagar por una carta de trago?**

- a) 15                      b) 18                      c) 20                      d) 30                      e) 35

**11.- Cuanto tiempo le parece adecuado esperar por un servicio en un restaurante?**

.....

**12.- Cuanto de descuento anhela por una semana de servicio?**

.....

**13.- Qué tipo de promoción le gustaría que hubiese en un hotel?**

.....

**14.- Le afectaría la ubicación de un hotel tres estrellas?**

- a) Si    b) No

**15.- Por cual tipo de reserva optarías?**

- a) Vía online                                      b) vía telefónica                                      c) correo electrónico

**16.- Le gustaría que el hotel cuente con paquetes turísticos?**

- a) Si    b) No

**17.- Que tipo de atención desearías encontrar en el Hotel?**

.....

**18.- Cree usted que es necesario el transporte de traslado hacia nuestro hotel?**

- a) Si    b) No

**19.- Que facilidad de pago cree conveniente que sea viable?**

- a) Visa                      b) Mastercard                      c) Efectivo                      d) todas las anteriores

**20) Para usted que más resaltaría en un Hotel?**

- a) Amabilidad                      b) Comodidad                      c) Limpieza

**Gracias por su colaboración y tiempo.**

**Anexo 02:** Resultados obtenidos del cuestionario

**GRAFICO N° 01:**



**INTERPRETACION:**

En base a la encuesta y cómo podemos ver en el gráfico el un 95% opta porque si le gustaría que hubiese un disco-bar y un 5% que no.

**GRAFICO N° 02:**



**INTERPRETACION:**

En base a la encuesta y cómo podemos ver en el gráfico un 100% de personas está de acuerdo que el Hotel cuente con un Restaurant.

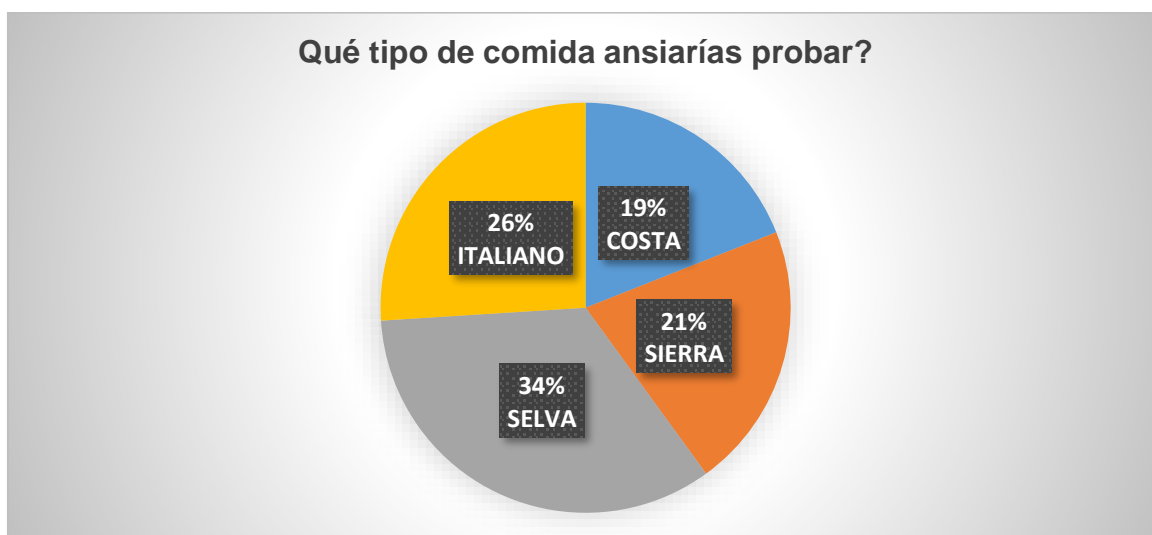
### GRAFICO N° 03:



### INTERPRETACION:

En base a la encuesta y cómo podemos ver en el gráfico un 48% de personas opta por el desayuno ejecutivo, un 39% continental y el 13% el desayuno europeo.

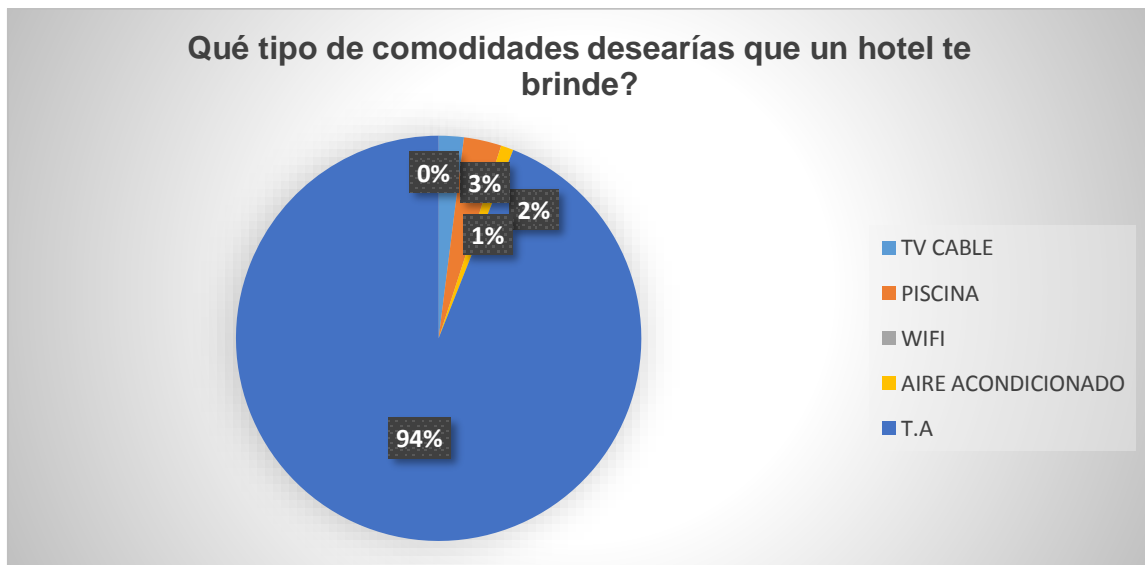
### GRAFICO N° 04:



### INTERPRETACION:

En base a la encuesta y cómo podemos ver en el gráfico un 34% ansiaría probar la comida de la selva, el 26% Italiano, el 21% Sierra y el 19% Costa.

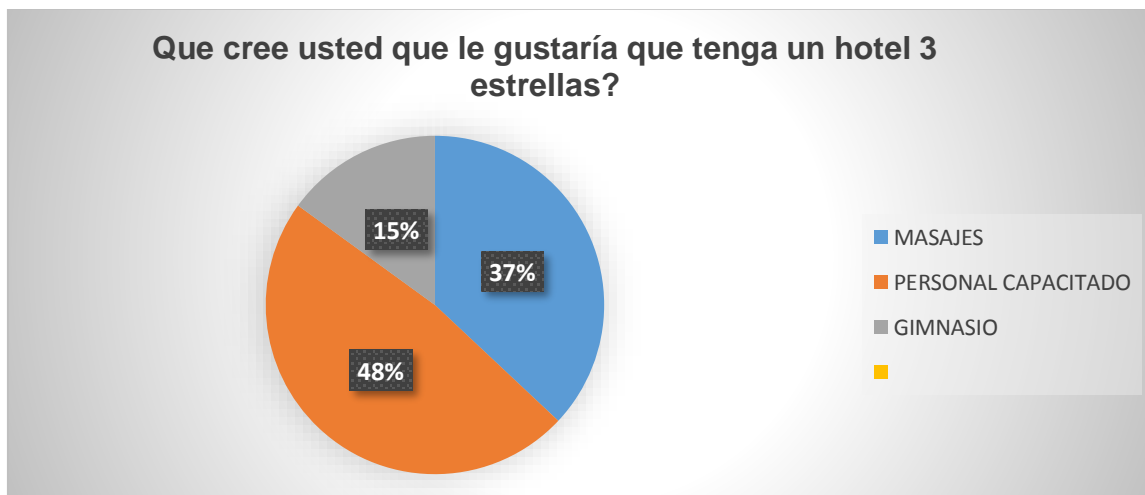
**GRAFICO N° 05:**



**INTERPRETACION:**

En base a la encuesta y cómo podemos ver en el gráfico un 94% desearía todas las comodidades, el 2% tv cable, el 3% piscina, un 1% aire acondicionado y el 0% wifi.

**GRAFICO N° 06:**



**INTERPRETACION:**

En base a la encuesta y cómo podemos ver en el gráfico un 48% de personas le gustaría que en el hotel cuente con un personal capacitado, un 37% masajes y un 15% gimnasio.

**GRAFICO N° 07:**



**INTERPRETACION:**

En base a la encuesta y cómo podemos ver en el gráfico un 38% de personas le gustaría que el Hotel tenga como característica el respeto, un 28% la responsabilidad, el 22% limpieza y 12% que los SSHH cuente con terma.

**GRAFICO N° 08:**



**INTERPRETACION:**

En base a la encuesta y cómo podemos ver en el gráfico un 29% de personas está dispuesto a pagar por servicio 150, un 24% 130 soles, un 17% 110 soles, un 17/120 soles y un 13% 100 soles.

### GRAFICO N° 09:



### INTERPRETACION:

En base a la encuesta y cómo podemos ver en el gráfico un 32% de personas está dispuesto a pagar por un plato a la carta 20 soles, un 25% 30 soles, un 24% 25 soles, un 14% 15 soles y un 5% 40 soles.

### GRAFICO N° 10:



### INTERPRETACION:

En base a la encuesta y cómo podemos ver en el gráfico un 31% de personas está dispuesta a pagar por un trago 20 soles, un 25% 18 soles, un 24% 15 soles, un 18% 30 soles y un 2% 35 soles.

### GRAFICO N° 11:



### INTERPRETACION:

En base a la encuesta y cómo podemos ver en el grafico un 53% le parece adecuado esperar 30 min, el 20% 40 min, el 17% 25 min y un 10% 15 min.

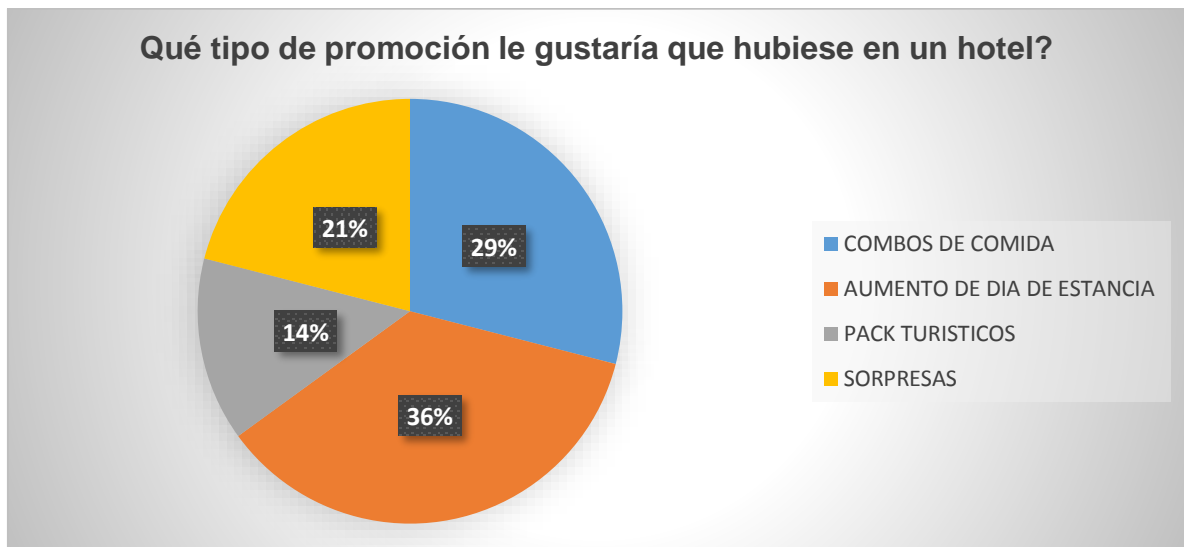
### GRAFICO N° 12:



### INTERPRETACION:

En base a la encuesta y cómo podemos ver en el gráfico un 39% de persona anhela un descuento de 15%, un 22% de personal el 20%, un 21% de personas el 30% y el 18% de personas un 10% de descuento.

**GRAFICO N° 13:**



**INTERPRETACION:**

En base a la encuesta y cómo podemos ver en el gráfico un 36% de personas le gustaría que hubiese aumento de día de estancia, un 29% combos de comida, un 21% sorpresas u un 14% le gustaría los packs turísticos.

**GRAFICO N° 14:**



**INTERPRETACION:**

En base a la encuesta y cómo podemos ver en el gráfico un 52% de personas si le afectaría la ubicación del hotel mientras que un 48% no le afectaría.

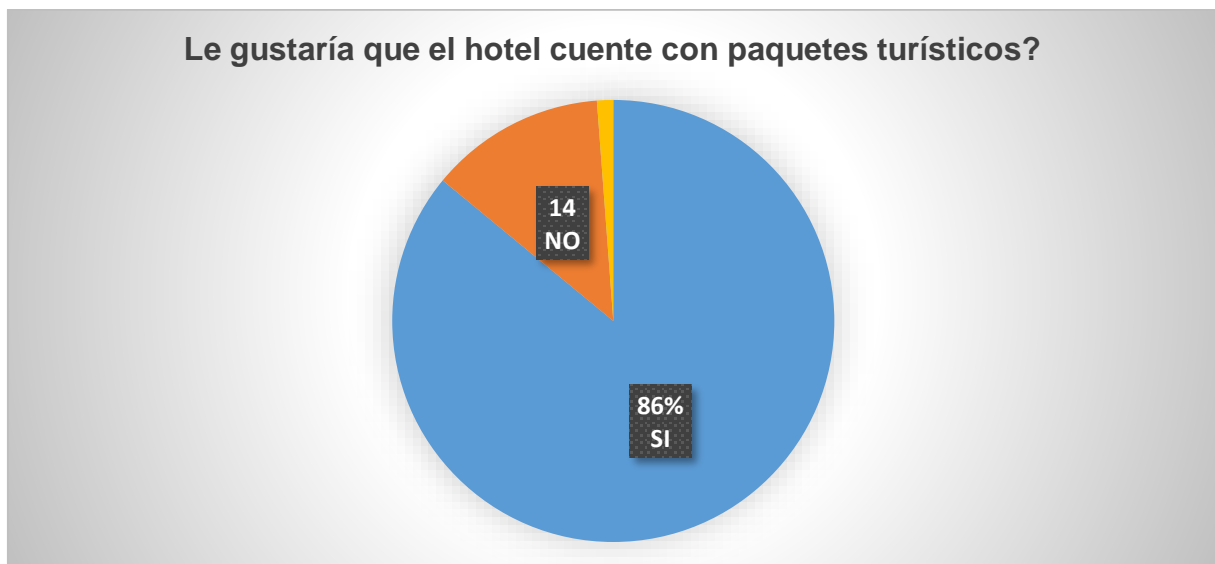
**GRAFICO N° 15:**



**INTERPRETACION:**

En base a la encuesta y cómo podemos ver en el gráfico un 36% de personas optarían por los correos electrónicos, un 34% por vía telefónica y un 30% por vía online.

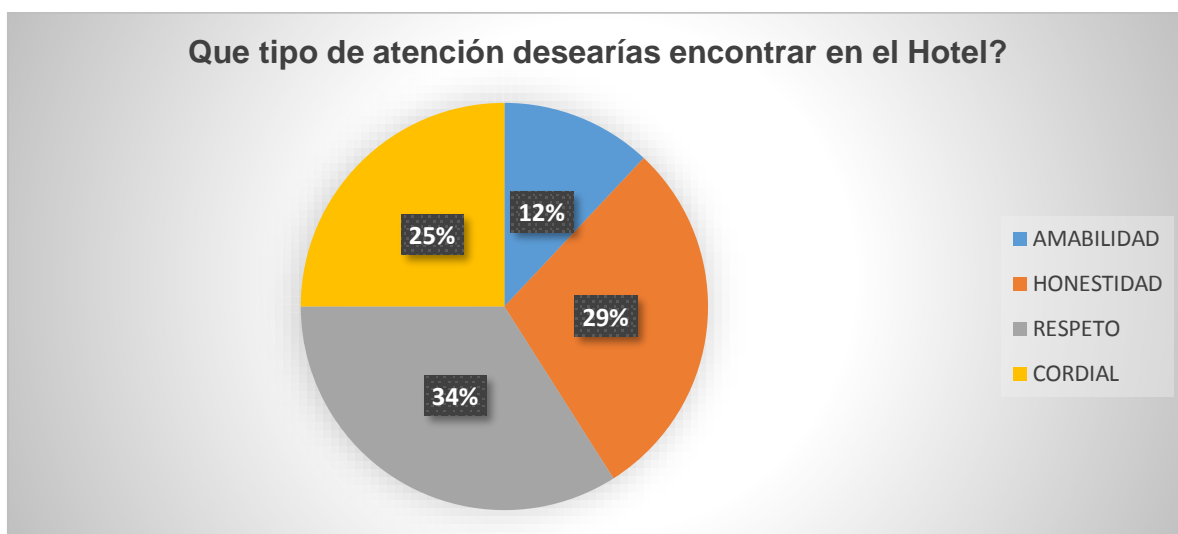
**GRAFICO N° 16:**



**INTERPRETACION:**

En base a la encuesta y cómo podemos ver en el gráfico un 86% de personas le gustaría que el hotel cuente con paquetes turísticos, un 14% no le gustaría.

**GRAFICO N° 17:**



**INTERPRETACION:**

En base a la encuesta y cómo podemos ver en el gráfico un 34% de personas desearía encontrar en el Hotel respeto, un 29% honestidad, un 25% cordialidad y un 12% amabilidad.

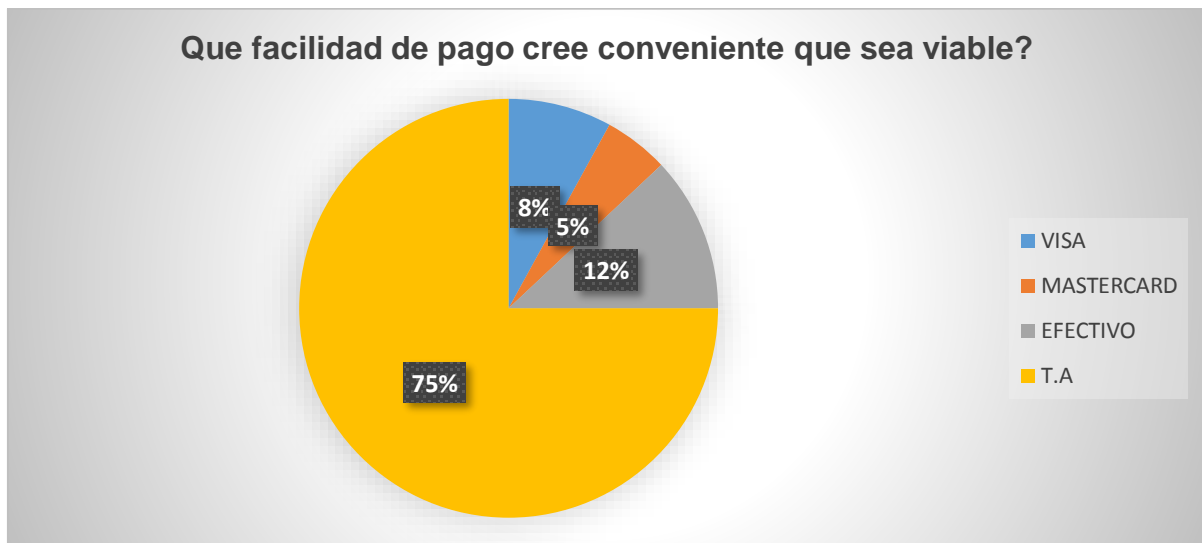
**GRAFICO N° 18:**



**INTERPRETACION:**

En base a la encuesta y cómo podemos ver en el gráfico un 63% de personas cree necesario el transporte de traslado y un 37% no cree que es necesario.

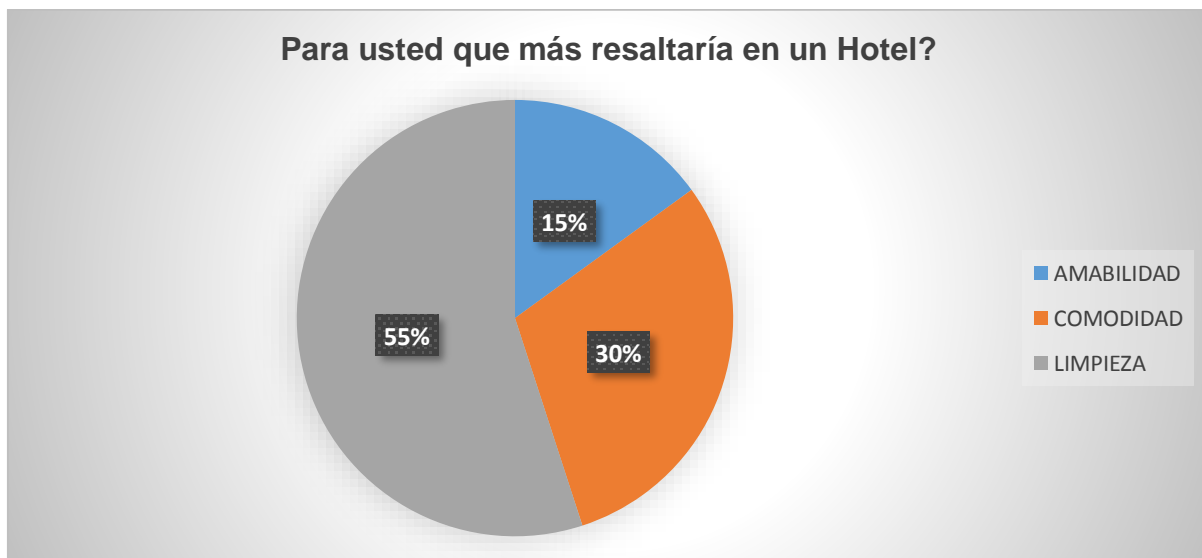
**GRAFICO N° 19:**



**INTERPRETACION:**

En base a la encuesta y cómo podemos ver en el gráfico un 75% cree conveniente el pago visa, mastercard y efectivo, un 12% de efectivo, un 8% visa y un 5% mastercard.

**GRAFICO N° 20:**



**INTERPRETACION:**

En base a la encuesta y cómo podemos ver en el gráfico un 55% de personas lo que más resalta en un hotel es la limpieza, un 30% la comodidad y un 15% la amabilidad.

### Anexo 03: Matriz del perfil competitivo

#### MATRIZ PC:

MATRIZ PC DE LA EMPRESA "HOTEL 3 ESTRELLAS"										
	HOTEL 3 ESTRELLAS "TROPICAL CITY"			HOTEL CUMBAZA		HOTEL BOCA RATON		HOTEL NILAS		
FACTORES CLAVES DE ÉXITO	PESO	VALOR	PONDERACION	VALOR	PONDERACION	VALOR	PONDERACION	VALOR	PONDERACION	
Infraestructura	0.17	4	0.68	4	0.68	4	0.68	4	0.68	
Ubicación	0.09	2	0.18	4	0.36	4	0.36	4	0.36	
Trato amable	0.14	4	0.56	3	0.42	3	0.42	4	0.56	
Precio competitivo	0.08	3	0.24	2	0.16	2	0.16	2	0.16	
Participacion de mercado	0.1	2	0.2	4	0.4	4	0.4	4	0.4	
Guias turisticas	0.09	3	0.45	1	0.15	1	0.15	1	0.15	
Limpieza	0.12	4	0.48	4	0.48	2	0.24	4	0.48	
Efectividad publicitaria	0.06	2	0.12	3	0.18	3	0.18	1	0.06	
Personal Calific y Compet	0.15	4	0.36	4	0.36	3	0.27	4	0.36	
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>3.27</b>		<b>3.19</b>		<b>2.86</b>		<b>3.21</b>	

**Anexo 04:** las cinco fuerzas de Porter

**LAS 5 FUERZAS DE PORTER:**

