



<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO N° I: NATURALEZA DE LA EMPRESA .....</b>	<b>4</b>
1.1. PROCESO CREATIVO.....	4
1.1.1 Lluvia de Ideas .....	4
1.1.2 Evaluación de Ideas .....	6
1.1.3 Descripción de la Idea Seleccionada .....	8
1.1.4 Introducción al Nombre de la Empresa .....	8
<b>CAPÍTULO N° II: PERFIL DEL PROYECTO .....</b>	<b>12</b>
2.1. TITULO DEL PROYECTO.....	12
2.2. TIPO DE EMPRESA (GIRO) .....	12
2.3 ANTECEDENTES DEL PROYECTO .....	13
2.4 JUSTIFICACION .....	15
2.4.1. Justificación Técnica.....	15
2.4.2. Justificación Social .....	16
2.4.3. Justificación Económica .....	16
2.4.4. Justificación Personal .....	16
2.5. OBJETIVOS .....	16
2.5.1 Objetivo General .....	16
2.5.2 Objetivo Especifico .....	17
2.6 ALCANCE .....	18
2.6.1 Alcance Geográfico .....	18
2.6.2 Alcance Temporal .....	18



<b>CAPÍTULO Nº III: ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	<b>19</b>
3.1. DEFINICION Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	19
3.2. PRINCIPALES ASPECTOS RELACIONADOS AL ESTUDIO DE MERCADO .	19
3.2.1. Descripción del Servicio Principal.....	19
3.2.2. Usos del Servicio .....	20
3.3. ANALISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA .....	20
3.3.1. Análisis de la Oferta.....	20
3.3.2. Análisis de la Oferta Proyectada .....	22
3.3.3. Análisis de la Demanda .....	23
3.3.4. Balance entre la oferta y demanda proyectada .....	24
3.4. DETERMINACION DE OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS .....	25
3.4.1. Objetivo General .....	25
3.4.2. Objetivos Específicos .....	25
3.4.3. Determinación del universo y muestra de estudio .....	26
3.4.3.1. Universo de Estudio .....	26
3.4.3.2. Determinación de la muestra .....	27
3.4.4. Fuentes de información .....	31
3.4.4.1. Fuentes y técnicas de información primaria .....	31
3.4.4.2. Fuentes y Técnicas de información secundarias .....	32
3.5. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN FAMILIAS DE SANTA CRUZ DE LA SIERRA .....	33
3.6. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN A TURISTAS EXTRANJEROS .....	49
3.7. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	58



<b>CAPÍTULO Nº IV: LOCALIZACION Y TAMAÑO.....</b>	<b>61</b>
4.1. OBJETIVOS .....	61
4.1.1. Objetivo General.....	61
4.1.2. Objetivos Específicos. ....	61
4.2. LOCALIZACION .....	62
4.2.1. Macro localización .....	62
4.2.2. Micro localización .....	64
4.2.2.1 Determinación de la micro localización.....	67
4.3. DETERMINACION DEL TAMAÑO .....	68
4.3.1. Determinación de la capacidad del proyecto .....	69
<b>CAPÍTULO Nº V: ESTRATEGIA Y MARKETING.....</b>	<b>70</b>
5.1. INTRODUCCIÓN.....	70
5.2. DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO .....	70
5.2.1. Misión .....	71
5.2.2. Visión.....	73
5.2.3. Valores .....	74
5.2.4. Comunicación del direccionamiento estratégico.....	76
5.3. DIAGNOSTICO EXTERNO: ANALISIS DE LA INDUSTRIA O DEL SECTOR... 76	
5.3.1 Amenaza de ingresos .....	77
5.3.2 Grado de rivalidad entre competidores .....	79
5.3.3 Amenaza de servicios sustitutos .....	84
5.3.4 Poder de negociación de los proveedores.....	84
5.3.5. Poder de negociación de los compradores.....	84
5.4. ANALISIS FODA .....	87
5.4.1 Fortalezas.....	87
5.4.2 Oportunidades .....	87



5.4.3 Debilidades .....	88
5.4.4 Amenazas.....	88
<b>5.5. FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA .....</b>	<b>89</b>
5.5.1 Identificación de los factores críticos de éxito.....	89
5.5.2 Identificación de la estrategia .....	91
5.5.3 Propósito estratégico.....	92
5.5.4 Control estratégico.....	93
<b>5.6 DETERMINACION DEL PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>93</b>
5.6.1 Determinación de objetivos del plan de marketing .....	94
5.6.1.1 Objetivo general.....	94
5.6.1.2 Objetivos específicos.....	94
5.6.2 Mercado meta.....	95
5.6.3 Mezcla comercial .....	95
5.6.3.1 Producto – Servicio .....	95
5.6.3.2. Precio .....	97
5.6.3.3. Distribución .....	101
5.6.3.4. Comunicación .....	101
5.6.3.4.1. Publicidad .....	101
5.6.3.4.2. Promoción de ventas .....	112
5.6.3.4.3. Relaciones públicas .....	116
5.6.3.4.4. Fuerza de ventas .....	116
5.6.4. Cronograma de lanzamiento .....	116
5.6.5 Presupuesto .....	118



<b>CAPÍTULO N° VI: INGENIERIA DEL PROYECTO.....</b>	<b>119</b>
6.1. INTRODUCCIÓN.....	119
6.2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.....	119
6.2.1. Proceso de servicio de recepción.....	119
6.3. REQUERIMIENTO DE TERRENO E INFRAESTRUCTURA .....	123
6.3.1. Requerimiento de terreno.....	123
6.3.2. Requerimiento de infraestructura .....	124
6.4. REQUERIMIENTO DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS.....	127
6.5. REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS INFORMÁTICOS .....	128
6.6. REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES .....	129
6.7. REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA .....	132
6.8. REQUERIMIENTO DE ROPA DE TRABAJO .....	133
6.9. REQUERIMIENTO DE MATERIAL DE LIMPIEZA .....	133
6.10. REQUERIMIENTO DE MATERIAL DE ESCRITORIO .....	134
6.11. REQUERIMIENTO DE SERVICIOS BÁSICOS .....	135
6.12. REQUERIMIENTO DE GAS LICUADO .....	135
6.13. REQUERIMIENTO DE INTERNET .....	135
6.14. MANTENIMIENTO DE EQUIPOS .....	136
6.15. PROMOCIÓN .....	136