

ÍNDICE GENERAL

1.	Introducción.....	1
1.1.	Proceso Creativo	2
1.1.1.	Lluvia de ideas	2
1.1.2.	Evaluación de Ideas	3
1.1.3.	Descripción de la Idea Seleccionada	4
1.1.4.	Elección y evaluación del nombre de la empresa	4
1.2.	Antecedentes del Proyecto.....	5
1.2.1.	Antecedentes de la Industria Hotelera.....	5
1.3.	Justificación del Proyecto	6
1.3.1.	Justificación Económica.....	6
1.3.2.	Justificación Técnica	6
1.3.3.	Justificación Social	7
1.4.	Objetivos del Proyecto.....	7
1.4.1.	Objetivo General.....	7
1.4.2.	Objetivos Específicos	7
1.5.	Alcances.....	8
1.5.1.	Alcance Conceptual	8

1.5.2.	Alcance Espacial	8
1.5.3.	Alcance Temporal.....	9
2.	Estudio de mercado	10
2.1.	Definición y objetivos del estudio de mercado.....	10
2.1.1.	Objetivos del capítulo	10
2.2.	Principales aspectos relacionados al estudio de mercado	10
2.2.1.	Descripción del servicio de hotelería y otros servicios complementarios.....	10
2.2.1.1.	Servicio Principal.....	11
2.2.1.2.	Servicios Complementarios	11
2.2.2.	Usos del servicio de hotelería	12
2.2.3.	Análisis de la oferta.....	13
2.2.4.	Análisis de la Demanda.....	14
2.2.4.1.	Conclusión del Análisis de la Demanda	15
2.2.5.	Análisis de la Oferta y Demanda	16
2.2.5.1.1.	Oferta de Demanda Histórica	16
2.2.5.1.1.1.	Oferta	Histórica
	16	
2.2.5.1.2.	Demanda Histórica	17

2.2.5.1.3. Oferta y Demanda Proyectada.....	18
2.2.5.1.3.1.Oferta	Proyectada
18	
2.2.5.1.3.2.Demanda	Proyectada
21	
2.2.6. Balance de la Oferta y Demanda	25
2.2.7. Análisis de Precios.....	26
2.2.8. Análisis de Comercialización	28
2.2.9. Análisis del macro ambiente	29
2.2.9.1. Entorno Demográfico	29
2.2.9.2. Entorno Económico.....	30
2.2.9.3. Entorno Político	30
2.2.9.4. Factor Socio Cultural	31
2.2.9.5. Factor Ambiental	31
2.2.9.6. Factor Tecnológico.....	32
3. Tamaño y localización del proyecto.	33
3.1. Tamaño del Proyecto	33
3.1.1. Factores que determinan el Tamaño	33
3.1.2. Tamaño del Hotel.....	34

3.2.	Localización del Proyecto.....	38
3.2.1.	Macro localización.....	38
3.2.2.	Micro localización.....	40
3.2.2.1.	Lluvia de ideas.....	41
3.2.2.2.	Evaluación de Ideas.....	41
3.2.2.3.	Descripción de la ubicación.....	43
4	Estrategia Y Mercadotecnia.....	44
4.1.	Introducción.....	44
4.2.	Objetivos del Área.....	44
4.3.	Direccionamiento Estratégico.....	45
4.3.1.	Misión.....	45
4.3.2.	Visión.....	47
4.3.3.	Valores organizacionales.....	48
4.4.	Estrategia Genérica.....	49
4.4.1.	La Estrategia de Diferenciación tiene las siguientes características:.....	49
4.4.2.	La diferenciación del Hotel Campestre está enmarcada en los siguientes puntos:.....	50
4.4.3.	Análisis Ambiental y Competitivo.....	50

4.4.4.	Modelo de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter	50
4.4.4.1.	Amenaza de ingresos.....	51
4.4.4.1.1.	Diferenciación de los servicios hoteleros.....	51
4.4.4.1.2.	Requisitos de capital.....	52
4.4.4.1.3.	Reacción esperada	52
4.4.4.1.4.	Políticas Gubernamentales.....	52
4.4.4.2.	Grado de rivalidad entre competidores.....	52
4.4.4.2.1.	Gran número de competidores o igualmente equilibrados.	53
4.4.4.3.	Amenaza de servicios sustitutos.	54
4.4.4.4.	Poder de negociación de los proveedores.....	54
4.4.4.5.	Poder de negociación de los clientes.....	55
4.5.	Cadena de Valor.....	56
4.6.	Formulación de la estrategia.....	58
4.6.1.	Identificación de los factores críticos de éxito del sector.	58
4.7.	Desarrollo del plan de marketing.	59
4.7.1.	Determinación de objetivos del plan de marketing.	59
4.7.2.	Mercado meta.....	59
4.7.3.	Mezcla de marketing de servicios hoteleros.....	60

4.7.3.1.	Servicio.....	60
4.7.3.2.	Precio.....	63
4.7.3.3.	Plaza	64
4.7.3.4.	Comunicación.....	64
4.7.3.5.	Publicidad	65
4.7.3.6.	Presupuesto.....	65
5	Ingeniería del Proyecto	66
5.1.	Introducción.....	66
5.2.	Análisis del proceso de servucción.....	66
5.2.1.	Proceso del servicio de recepción.....	66
5.2.2.	Diagrama de flujo.....	67
5.2.3.	Distribución de Instalaciones	71
5.3.	Requerimientos.....	76
5.3.1.	Inversión Fija	76
5.3.1.1.	Requerimiento de terreno	76
5.3.1.2.	Requerimiento de Obras Civiles.....	77
5.3.1.3.	Requerimiento de vehículos.....	79
5.3.1.4.	Requerimiento de maquinarias y equipos.....	80

5.3.1.5.	Requerimientos de muebles y enseres	83
5.3.2.	Inversión Diferida	88
5.3.2.1.	Estudio de factibilidad	88
5.3.2.2.	Gastos Legales	89
5.3.2.3.	Software de Gestión	90
5.3.2.4.	Gastos de Capacitación del Personal.....	90
5.3.2.5.	Gastos de lanzamiento.....	91
5.3.2.6.	Seguros	93
5.3.2.7.	Intereses pre operativo	93
5.3.2.8.	Imprevistos	93
5.3.3.	Inversión Inicial en Capital de Operaciones.....	94
5.3.3.1.	Requerimiento de mano de obra.....	94
5.3.3.2.	Requerimiento de Insumos.....	95
5.3.3.3.	Requerimiento de ropa de trabajo.....	96
5.3.3.4.	Requerimiento de Material de Limpieza	97
5.3.3.5.	Requerimiento de Material de Escritorio	98
5.3.3.6.	Requerimientos de servicios básicos.....	99
5.3.3.7.	Requerimientos de servicios básicos.....	100

5.3.3.8.	Requerimiento de internet	100
5.3.3.9.	Mantenimiento de equipos	100
5.3.3.10.	Requerimiento Suvenires	101
5.3.3.11.	Promoción.....	101
6.	Organización	102
6.1.	Organización General.....	102
6.2.	Característica de la sociedad comercial.....	102
6.2.1.	Razón social.....	103
6.2.2.	Socios.....	104
6.3.	Proceso de inscripción de la Empresa	104
6.4.	Registro en la Cámara Hotelera.....	109
6.5.	Área Organizacional y Recursos Humanos	109
6.5.1.	Organigrama del Hotel Campestre.....	110
6.5.2.	Departamentalización.....	113
6.5.3.	Manual de funciones	113
6.6.	Gestión de Recursos Humanos.....	113
6.6.1.	Reclutamiento.....	114
6.6.2.	Selección.....	115

6.6.3.	Contratación del personal	116
6.6.4.	Capacitación del Personal	116
6.6.5.	Administración de sueldos y salarios	116
6.6.6.	Administración de Sueldos y salario	117
7.	Inversiones	119
7.1.	Componentes de la Inversión Diferida	120
7.2.	Componentes del Capital de Trabajo.....	120
7.3.	Cronograma de inversiones y reposición de inversiones	121
7.4.	Financiamiento	124
7.6.	Estructura de financiamiento	124
8.	Ingreso y Egresos	125
7.7.	Precio de Venta.....	125
	<i>Servicios Básicos.....</i>	130
	<i>Costo Fijos</i>	131
	<i>Gastos en materiales de escritorio.....</i>	131
	<i>Gastos de artículos de Limpieza.....</i>	132
	<i>Gastos de Internet.....</i>	133
	<i>Mantenimiento maquinaria y equipos</i>	133
	<i>Gastos Mantenimiento Vehículo</i>	134
	<i>Gasto Souvenirs.....</i>	134
	<i>Ropa de Trabajo.....</i>	134

<i>Gasto Publicidad</i>	135
<i>Gasto Sueldo y salarios</i>	135
<i>Depreciacion de Activos fijos</i>	138
<i>Amortizacion diferida</i>	140
<i>Costos anuales proyectados</i>	140
<i>Impuestos</i>	141
9. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	144
9.1. Balance general	144
9.1.2. Estado de resultado proyectado	146
9.2. Fuentes y Usos proyectados	147
10. Estados Financieros proyectados	149
10.1.Objetivos específicos	150
10.2. Evaluación financiera	150
10.3.3. Valor Actual Neto (VAN)	153
11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	154
11.1. Conclusiones	154
11.1.1. Estudio de mercado	154
11.1.2. Localización y tamaño	154
11.1.3. Estrategia y marketing	154
11.1.4. Ingeniería del proyecto	154
11.1.5. Organización y aspectos legales	155
11.1.6. Inversiones y Financiamiento	155
11.1.7. Ingresos y Costos	155
11.1.8. Evaluación Financiera	156
11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	157
11.1. Conclusiones	157
11.1.1. Estudio de mercado	157

11.1.2. Localización y tamaño.	157
11.1.3. Estrategia y marketing.	157
11.1.4. Ingeniería del proyecto.	158
11.1.5. Organización y aspectos legales.	158
11.1.6. Inversiones y Financiamiento.	158
11.1.7. Ingresos y Costos.	158
11.1.8. Evaluación Financiera	159
11.1.9. APORTES	159
11.1.9.1. Aporte Social	159
11.1.9.2. Aporte al Estado	159
11.1.9.1. Aporte a la Universidad	160
11.3. Recomendaciones	160