

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA



**“Análisis de viabilidad de un proyecto hotelero con sistema
inmobiliario condominio”**

Tesis para obtener el título profesional de **Ingeniero Civil**:

AUTOR:

Franz Roger Chevarría Bustamante

ASESOR:

Ing. Leonardo Rafael Lung Huen

Lima, Julio, 2020

RESUMEN

El presente proyecto tiene como finalidad la evaluación de la factibilidad para un proyecto hotelero con sistema inmobiliario condominio, donde se abarcan los puntos desde la planeación hasta la proyección económica en su etapa de funcionamiento.

Para la evaluación se ha dividido el proceso en dos etapas; la primera parte consiste en la evaluación del hotel pre funcionamiento, donde se presenta los alcances y características del hotel, así como los servicios a ofrecer. Además se analiza el entorno y la planificación de egresos (presupuesto, cronograma, flujo de caja, etc.) e ingresos, que permitirán determinar si la construcción del proyecto hotelero es viable en esta etapa. Para la siguiente parte, se evalúa el proyecto en puesta de funcionamiento, en la cual se presenta una corrida financiera proyectada de los ingresos y egresos a percibir según el mercado hotelero actual, dando como resultado la viabilidad a largo plazo.

El caso a analizar consiste en un proyecto ubicado en el departamento de Ica, donde se ha definido la cabida arquitectónica y análisis del producto a ofrecer, asimismo los atractivos presentados en el entorno, el estudio de mercado de la competencia y la oportunidad de un nuevo sistema inmobiliario, el cual permite que los compradores de los alojamientos se vuelvan copropietarios a futuro del hotel. Con los valores del flujo de caja de la etapa de pre funcionamiento se definen los indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), que determinan la viabilidad del hotel.

Para la etapa de funcionamiento, se analiza un flujo proyectado de la operación del hotel, donde se detallan los ingresos y gastos operativos percibidos para un periodo de 10 años; del cual se obtienen los indicadores de rentabilidad como el *Average Daily Rate* (ADR) y el *Revenue per Available Room* (REVPAR) que son valores proyectados del mercado actual hotelero en la zona, y para que de esta manera poder determinar si presenta un valor competitivo y rentable.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: ACTUALIDAD DEL MERCADO EN EL PERU	3
CAPÍTULO 2: MERCADO HOTELERO	8
2.1. Tipos de hoteles.....	11
CAPÍTULO 3: METODOLOGIA DE TRABAJO	14
3.1. Segmentación de procesos.....	14
3.2. Diagrama de etapas.....	17
CAPITULO 4: PERFIL COMERCIAL	21
4.1. Mercado hotelero en Ica.....	21
4.2. Entorno de proyecto.....	25
4.3 Estrategia de marketing.....	28
4.4. Competencia del mercado	29
4.5. Cuadro de áreas y precios	32
CAPÍTULO 5: SITUACION DE PROYECTO	39
5.1. Ubicación	39
5.2. Status legal.....	40
5.3. Servicios públicos	41
5.4. Estudio de suelos	42
5.5. Memoria descriptiva	43
5.6. Verificación normativa.....	47
5.7. Listado de acabados	50
CAPITULO 6: PERFIL ECONOMICO	51
6.1. Pre operación del hotel.....	51
6.2. Durante operación del hotel.....	58
CAPITULO 7: ANALISIS FINANCIERO	63
7.1. Análisis pre operación del hotel	63
7.2. Análisis durante la operación del hotel	65
CAPITULO 8: COMENTARIOS Y CONCLUSIONES	71
CAPITULO 9: BIBLIOGRAFIA	75

ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1.** Ingresos anuales por turismo.
- Figura 2.** Proyección de llegada de turistas.
- Figura 3.** Variación porcentual de llegada de turistas.
- Figura 4.** Cantidad de turistas según aeropuertos de llegada del Perú.
- Figura 5.** Cantidad de turistas acumulado según aeropuertos de llegada.
- Figura 6.** Número de hospedajes en el Perú.
- Figura 7.** Número de turistas registrado en hoteles en el Perú.
- Figura 8.** Número de pernoctaciones según procedencia.
- Figura 9.** Número de pernoctaciones por región.
- Figura 10.** Diagrama de Etapa pre operación
- Figura 11.** Diagrama de etapa en funcionamiento
- Figura 12.** Número de hospedajes en Ica.
- Figura 13.** Número de ingreso de turistas a Ica.
- Figura 14.** Número de pernoctaciones en Ica.
- Figura 15.** Número de visitas según lugares turísticos en Ica.
- Figura 16.** Motivo de viaje de turistas a Ica
- Figura 17.** Grupo de viaje de turistas a Ica
- Figura 18.** Mapa de lugares turísticos
- Figura 19.** Mapa de competencia hotelera
- Figura 20.** Tasa de ocupación de competencia
- Figura 21.** Tarifa promedio de la competencia
- Figura 22.** Plano de ubicación del proyecto
- Figura 23.** Planta de distribución
- Figura 24.** Curva S de obra
- Figura 25.** Flujo de caja
- Figura 26.** VAN vs Tasa de oportunidad
- Figura 27.** Flujo de caja acumulado para 10 años

ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla 1.** Llegada de turistas según país de procedencia.
- Tabla 2.** Estudio de la competencia
- Tabla 3.** Precios de venta “Bloque Babor”
- Tabla 4.** Precios de venta “Bloque Estribor”
- Tabla 5.** Ingresos por ventas totales
- Tabla 6.** Detalle de distribución de terreno
- Tabla 7.** Resumen de estudio de suelos
- Tabla 8.** Distribución por nivel de bloques de hospedajes
- Tabla 9.** Distribución por nivel de bloques de áreas comunes
- Tabla 10.** Distribución por nivel de bloque administrativo
- Tabla 11.** Verificación normativa
- Tabla 12.** Listado de acabados
- Tabla 13.** Egresos de proyecto hotelero
- Tabla 14.** Presupuesto de obra
- Tabla 15.** Cronograma de obra
- Tabla 16.** Detalle de pago de IG
- Tabla 17.** Estado de ganancias y pérdidas
- Tabla 18.** Ingresos por alojamientos
- Tabla 19.** Porcentaje de ingresos de otros servicios respecto a alojamiento
- Tabla 20.** Resumen de egresos de operación de hotel
- Tabla 21.** Flujo proyectado de ingresos por alojamiento
- Tabla 22.** Flujo proyectado de REVPAR
- Tabla 23.** Cuadro de egresos e ingresos
- Tabla 24.** Cuadro de repartición de utilidades
- Tabla 25.** Flujo acumulado de operación

ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1. Tasa de ocupación

Ecuación 2. ADR (Tarifa media diaria)

Ecuación 3. Rentabilidad sobre ventas

Ecuación 4. Rentabilidad financiera

Ecuación 5. REVPAR (Ingreso por habitación disponible)

Ecuación 6. Valor actual neto

Ecuación 7. Tasa interna de retorno



INTRODUCCIÓN

En los últimos 10 años, en el Perú ha habido un incremento significativo de la actividad migratoria, ya sea por razones comerciales como únicamente turísticas. Esto se ha dado debido al constante crecimiento económico y cultural del país resultando en un atractivo para el mercado extranjero, que incentiva el flujo de capital y genera mayores oportunidades de desarrollo en diferentes sectores del mercado.

La región de Ica, ubicado al sur de Lima, es un departamento que se encuentra en continuo desarrollo económico, financiero y comercial; donde el sector turismo corresponde a una de las actividades aportantes al capital de esta región. La inversión en este sector por parte de empresas privadas nacionales e internacionales ha ido en constante crecimiento dentro de la región en los últimos años permitiendo una expansión en el mercado inmobiliario y hotelero.

La oferta en el sector hotelero ha permitido que se generen oportunidades de desarrollo de nuevos proyectos en la zona. Por lo tanto, el poder identificar la viabilidad y conocer los diversos parámetros involucrados en la gestión de un proyecto para comprobar si es rentable son necesarios en los procesos de elaboración de los mismos.

Por este motivo, este trabajo tiene la intención de determinar a través de un análisis, la factibilidad económica de inversión en la ejecución de un complejo hotelero Resort enfocado a diferentes sectores del mercado, como inversionistas y turistas, en la provincia de Pisco. Para lograr este objetivo se deberá tomar en consideración la situación del entorno, el perfil del proyecto, el análisis y flujo económico para las etapas de pre y durante la operación. Todos estos puntos serán desarrollados y

detallados en los capítulos de esta tesis, utilizando a manera de ejemplo el estudio de caso presentado a fin de determinar su rentabilidad.



CAPÍTULO 1: ACTUALIDAD DEL MERCADO EN EL PERU

Como nota anticipatoria, se indica que la información y datos estadísticos recolectados para la elaboración de esta tesis son hasta la fecha de fines del 2019 y no se ha tomado en consideración la incidencia de la epidemia del COVID-19 por la que está aconteciendo el país.

Según estudios del MINCETUR, el mercado turístico en el Perú desde inicios del año 2002 hasta mediados del 2019 ha generado ingresos para este sector que promedian alrededor de 2,778 millones de dólares anualmente; donde se presenta un incremento de 12% anual y que asciende hasta un estimado de 5,000 millones para el último año, como se muestra en el siguiente cuadro:

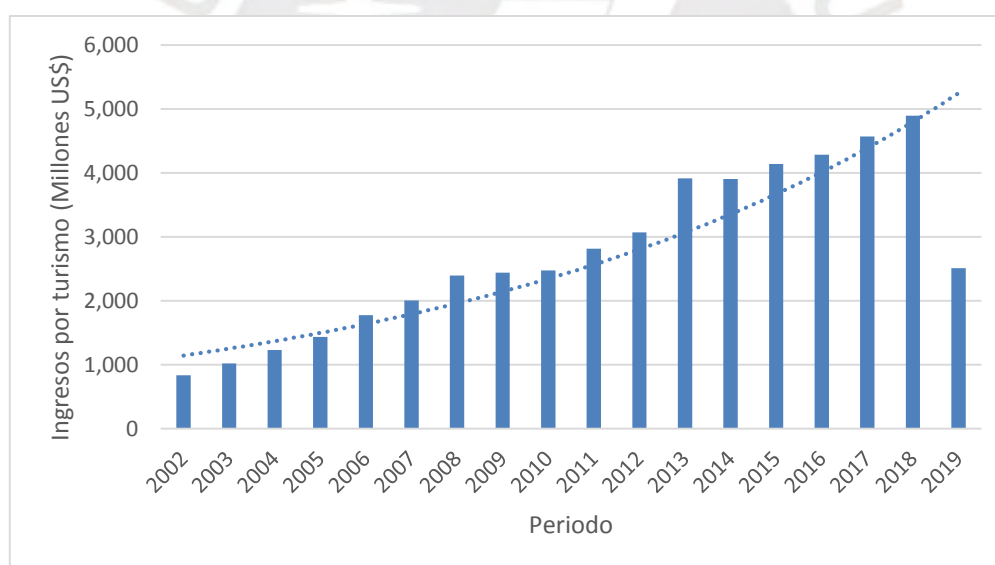


Figura 1. Ingresos anuales por turismo.

(Fuente: MINCETUR, 2019)

Además, a partir de la data recolectada hasta el mes de agosto 2019, la llegada de turistas al país presenta un incremento promedio de 209,700 extranjeros anualmente; de esta manera, manteniendo este ritmo, se proyecta que para los próximos años se obtendría un aproximado de 4'900,100 de turistas extranjeros, en el cual se observa que existiría un aumento significativo respecto a la media de estos últimos años.

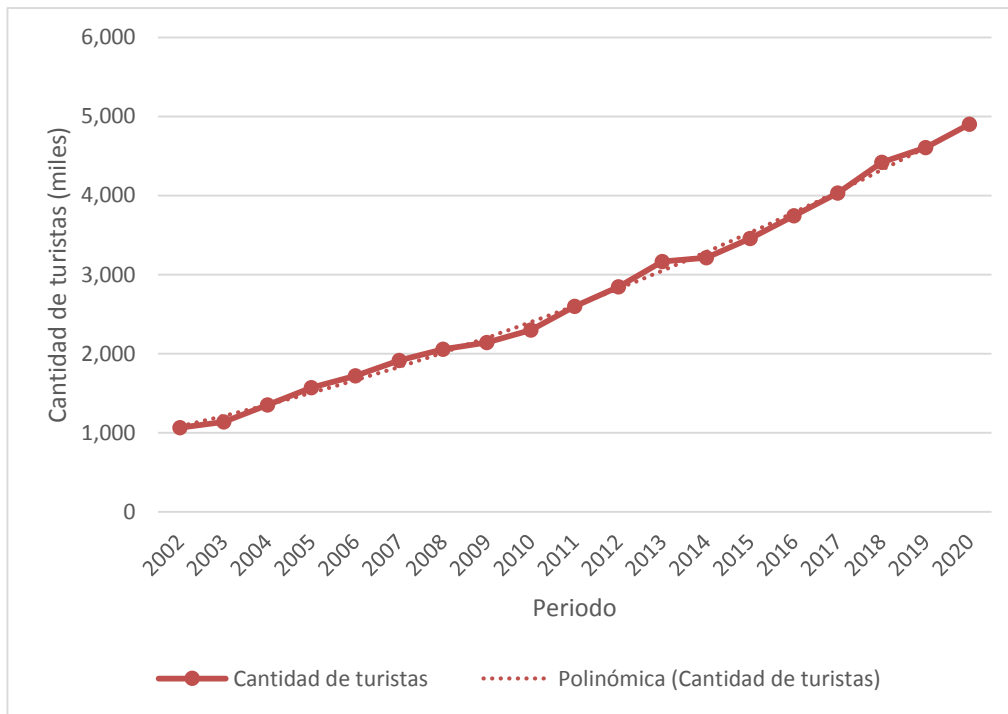


Figura 2. Proyección de llegada de turistas.

(Fuente: MINCETUR, 2019)

Observando esta tendencia, el incremento en la cantidad de turistas desde el 2002 hasta el 2018 ha llegado a sobrepasar el triple de lo que se presentó en sus años iniciales. Durante este periodo, la mayor variación ha sido en el periodo 2003-2004 con un 18.3%, y el menor en 2013-2014 con 1.4%.

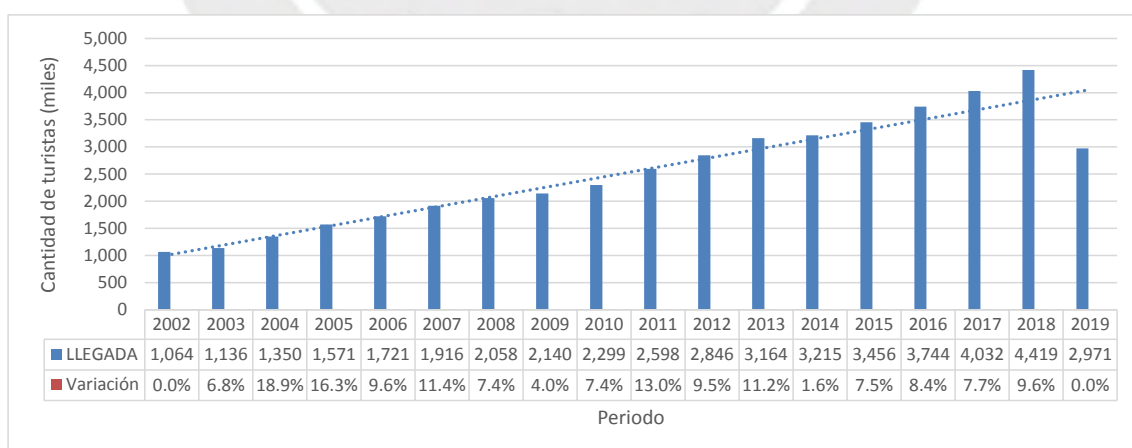


Figura 3. Variación porcentual de llegada de turistas.

(Fuente: MINCETUR, 2019)

Según el lugar de procedencia, se ha registrado que de los países de Chile y EE.UU se presentaron, en los últimos años, el mayor número de turistas que ingresaron al país; presentando un crecimiento anual durante el periodo del 2017-2018 de 6.20% en promedio.

Tabla 1. Llegada de turistas según país de procedencia.

País de procedencia	2017	2018	Variación
Chile	1,101,055	1,159,188	5.28%
EEUU	598,685	641,280	7.11%
Venezuela	196,495	367,739	87.15%
Ecuador	288,987	293,231	1.47%
Colombia	200,812	219,452	9.28%
Argentina	205,465	216,041	5.15%
Brasil	173,753	177,771	2.31%
Bolivia	146,660	158,974	8.40%
España	147,214	147,830	0.42%
Resto	973,213	1,037,924	6.65%

(Fuente: MINCETUR, 2019)

Asimismo, se puede indicar por la cantidad de llegadas de pasajeros a los aeropuertos aquellos departamentos que han presentado un mayor ingreso del número de turistas en el transcurso del periodo de 2004 al 2018.

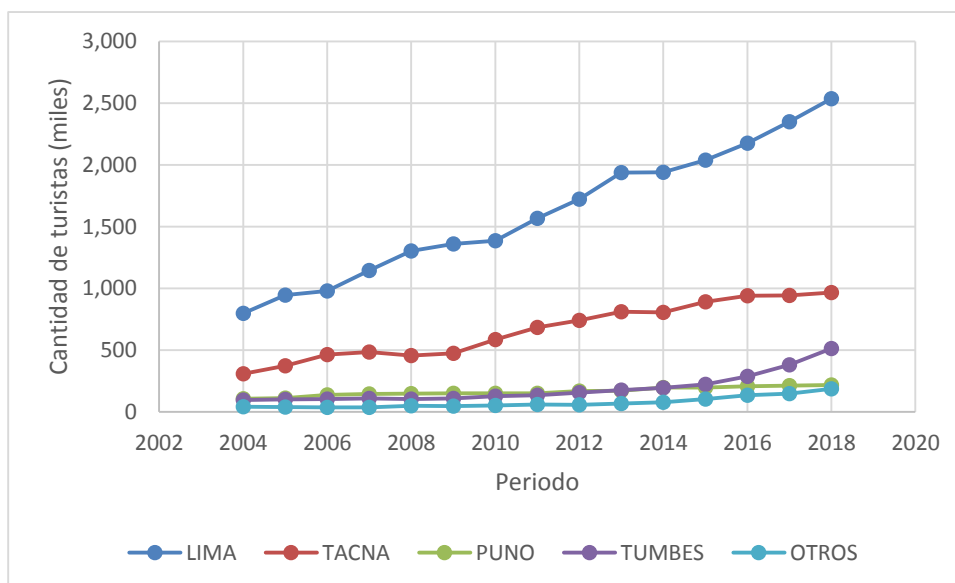


Figura 4. Cantidad de turistas según aeropuertos de llegada del Perú.

(Fuente: MINCETUR, 2019)

Como se observa en el gráfico, el departamento de Lima es el que más ingresos de turistas ha presentado en este periodo, donde asciende hasta un aproximado de 2'535,000 en este último año del 2018; siendo los que le siguen los departamentos de Tacna, Tumbes y Puno, los cuales cuentan con menos de la mitad de llegadas.

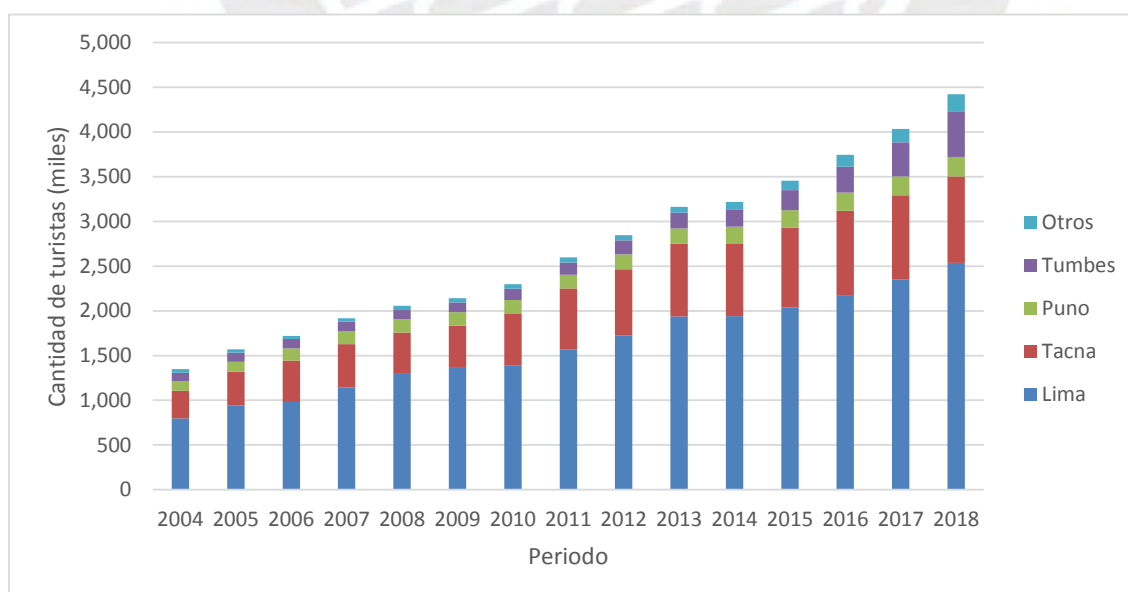


Figura 5. Cantidad de turistas acumulado según aeropuertos de llegada.

(Fuente: MINCETUR, 2019)

Como se observa existe un incremento constante de turistas en el país, por lo que, para el siguiente capítulo, se profundizará en la incidencia de este mercado turístico en el sector hotelero en el Perú y cómo ha afectado en su desarrollo en el transcurso de los años.



CAPÍTULO 2: MERCADO HOTELERO

Para el sector hotelero en todo el Perú, hasta mediados del 2019, se encuentra registrado un total de 23,922 establecimientos de hospedaje, donde se observa un incremento promedio anual del número de hoteles de 6.7% desde inicios del 2003.

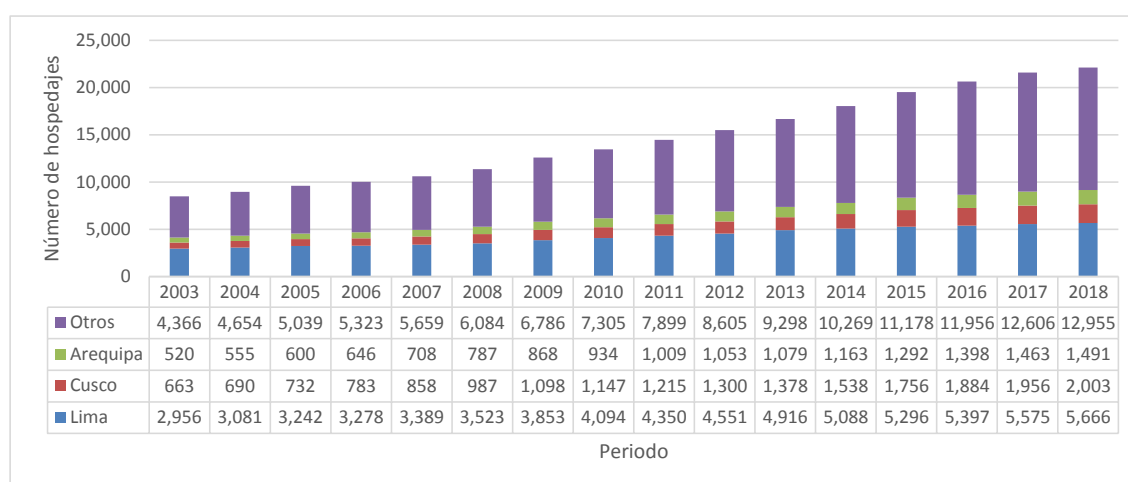


Figura 6. Número de hospedajes en el Perú.

(Fuente: MINCETUR, 2019)

El número de turistas, entre nacionales y extranjeros, registrados en establecimientos de hospedaje hasta junio de 2019 en el Perú fue de 30.6 millones, mientras que para años anteriores se ha mantenido un promedio de 34.8 millones, considerando una variación promedio de 8.3% desde el año 2003 hasta el 2018.

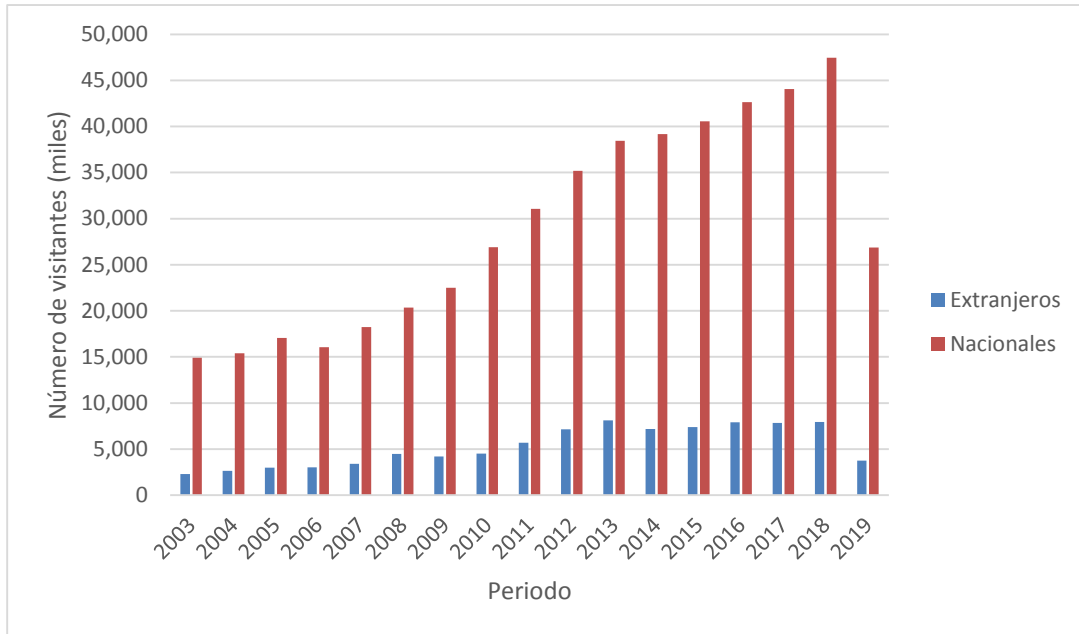


Figura 7. Número de turistas registrado en hoteles en el Perú.

(Fuente: MINCETUR, 2019)

Ha existido un incremento constante de la demanda para el sector hotelero desde el año 2003, lo que ha impulsado la inversión en estos proyectos en el mercado de la construcción.

Asimismo, durante este periodo se ha podido establecer el número de pernoctaciones anuales según la procedencia del turista, así como aquellas regiones que cuentan con mayor afluencia.

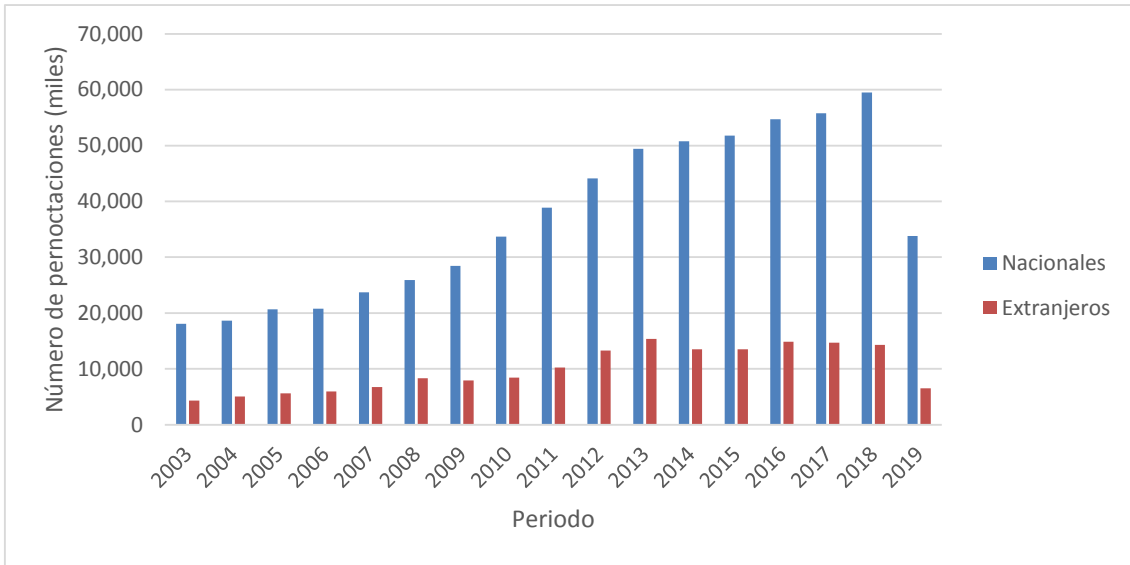


Figura 8. Número de pernoctaciones según procedencia.

(Fuente: MINCETUR, 2019)

Como se observa del gráfico, en el Perú, se presenta un mayor número de pernoctaciones para turistas o ciudadanos nacionales en hospedajes siendo a lo largo del periodo de 2003-2019 un 78.8% del total en promedio y con un incremento de 8.4% anual.

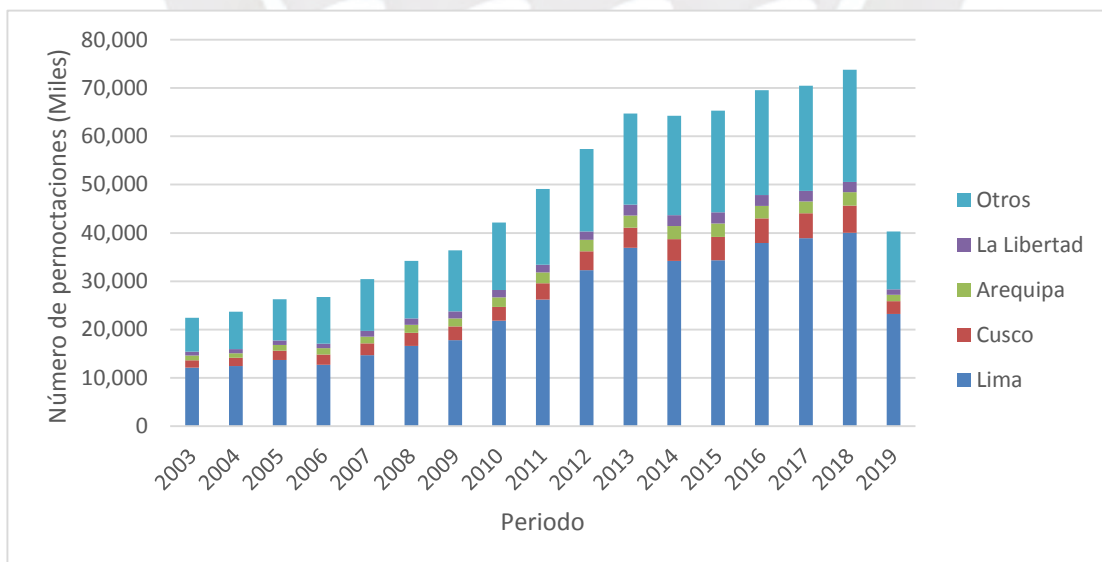


Figura 9. Número de pernoctaciones por región.

(Fuente: MINCETUR, 2019)

Además, los departamentos de Lima con 52.8%, Cusco con 7.2%, Arequipa con 4.2% y La Libertad con 3.4%; son aquellos que presentan mayor cantidad promedio de pernoctaciones por parte de turistas nacionales y extranjeros en el Perú durante el periodo de 2003 al 2018.

2.1. Tipos de hoteles

Para el mercado actual, existen diferentes tipologías de hoteles que pueden ser clasificadas según el nivel de servicios ofrecido, el grado de confort y el posicionamiento respecto a otras cadenas; sin embargo, para esta tesis nos enfocaremos al tipo de gestión que se maneja internamente. La diferencia entre estos tipos es principalmente por la repartición de responsabilidades entre un operador o cadena hotelera y el propietario. Entre los principales tipos se destacan los siguientes:

- Tradicional

El tipo de gestión tradicional es aquel donde el establecimiento hotelero es dirigido por una cadena hotelera, la cual asume todas las responsabilidades respecto a la gestión interna del hotel, control de la producción y tarifas, la organización de los recursos, entre otros.

El tipo de servicio es el común, donde a los usuarios se les brinda un apartamento o inmueble por un pago, así como el acceso a los servicios e instalaciones ofrecidos por el hotel.

- Time-sharing

Este tipo de gestión consiste en un sistema donde un usuario puede comprar un periodo de tiempo para uso vacacional una propiedad en un complejo turístico que ofrece diversos servicios; que puede ser un departamento, bungaló, casa. Esto

puede ser por un determinado número de años o a perpetuidad y el inmueble puede tener un gran número de usuarios como “dueños” de esta.

En este caso de gestión, el usuario no está garantizado la propiedad del inmueble, solo el derecho de uso del mismo ya que aporta pagos por el arrendamiento y el mantenimiento.

- Condominio

En este tipo de gestión se tendrá suites que pertenecerán a inversionistas individuales. Cada suite es una unidad funcional, como un departamento, y su dueño tiene el título de propiedad inscrito en los registros públicos, que se convierte en co-propietario del hotel.

El esquema de marketing del hotel se denomina sistema Inmobiliario condominio, el cual consiste en que el inversionista compra una o más suites del hotel y cede su uso de las mismas para la promoción y administración a un operador hotelero internacional con experiencia y prestigio.

Cabe resaltar que este sistema no es “tiempo compartido”, los propietarios de las suites poseen un título de propiedad independizado e inscrito.

El operador internacional recibe los ingresos de las noches vendidas, alimentos y bebidas y otros servicios, contrata a los empleados y paga todos los gastos, incluidos los de mantenimiento, para luego distribuir las ganancias entre los dueños de las suites.

En resumen, según la data del sector hotelero en el Perú en los últimos años, se determina que este es un mercado en constante crecimiento y rentable a largo plazo.

A fin de demostrar esto, se explicará la segmentación de etapas y la metodología que

se ha establecido para verificar la viabilidad de desarrollar un proyecto hotelero que presenta un sistema inmobiliario condominio, independientemente de la zona y el nivel social al que es dirigido.



CAPÍTULO 3: METODOLOGIA DE TRABAJO

Para el presente proyecto hotelero con sistema condominio se ha planteado una serie de procesos que se agrupan en dos etapas principales, la etapa de pre operación y la etapa durante operación, las cuales abarcarán todo el análisis desde la planificación hasta la determinación de su viabilidad.

3.1. Segmentación de procesos

Se describirán los puntos importantes de las etapas pre y durante operación del hotel que han sido considerados para el análisis en esta tesis.

Etapas 1: Pre operación del hotel

Para el análisis de factibilidad en la etapa de pre operación, primero, se define el proyecto a ejecutar: se selecciona la ubicación y se procede a elaborar el perfil comercial del proyecto, en el cual se identifican las ventajas del entorno (cercanía a atractivos turísticos), se analiza la competencia del mercado y se obtienen las variables de tasa de ocupación y la tarifa promedio (ADR), las cuales definimos a continuación:

- *Tasa de ocupación*

La tasa de ocupación o grado de ocupación corresponde al porcentaje de habitaciones ocupadas del total de habitaciones disponibles para un mismo periodo de tiempo.

$$Tasa\ de\ ocupación\ (\%) = \frac{\# \text{ Habitaciones ocupadas}}{\# \text{ Habitaciones disponibles}}$$

Ecuación 1. Tasa de ocupación

- *ADR*

El ADR (Average Daily Rate) o tarifa media diaria es el ingreso promedio diario obtenido por habitación ocupada. Por ingresos se hace referencia únicamente a aquellos percibidos por la prestación del servicio de alojamiento sin que incluya cualquier otro tipo de servicio que el establecimiento pueda ofrecer (spa, gimnasio, restaurante, etc).

$$ADR = \frac{\text{Ingreso de habitaciones}}{\# \text{ Habitaciones ocupadas}}$$

Ecuación 2. *ADR (Tarifa media diaria)*

Asimismo, se define la estrategia de marketing, donde se establecen los porcentajes de repartición de utilidades entre los inversionistas y los propietarios de la infraestructura. Una vez concretado estos puntos, se elabora el listado de precios de los inmuebles de acuerdo al mercado.

Luego se revisa el status actual del terreno (legal, factibilidad de servicios públicos), también se desarrolla la cabida arquitectónica del hotel: memoria descriptiva y el listado de acabados; y se verifica que se cumpla con la normativa municipal.

Posteriormente, se planifica el perfil económico del proyecto donde se abarcan los egresos indirectos, el presupuesto y el flujo de caja.

A partir de lo definido en el perfil económico, se obtienen los indicadores financieros tales como: ROS, ROE; que se explican de la siguiente manera:

- *ROS*

La rentabilidad sobre las ventas o margen sobre las ventas (ROS) mide la utilidad obtenida después de impuestos con respecto a las ventas efectuadas, también es

conocido como índice de productividad. Con este se espera obtener el rendimiento de las ventas.

$$ROS = \frac{\text{Utilidad despues de impuesto}}{\text{Ventas}} \times 100$$

Ecuación 3. Rentabilidad sobre ventas

- **ROE**

La rentabilidad financiera o sobre el patrimonio (ROE) muestra la rentabilidad que están obteniendo los accionistas o inversionistas de una empresa, es decir mide la rentabilidad del capital que se ha invertido.

$$ROE = \frac{\text{Utilidad despues de impuesto}}{\text{Fondos propios}} \times 100 = 10.6\%$$

Ecuación 4. Rentabilidad financiera

Asimismo, del flujo de caja se determinan el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR), las cuales se explican a más detalle en el capítulo 6 y nos indican si el proyecto es viable y rentable.

Etapa 2: Durante la operación del hotel

Para el análisis de la factibilidad durante la operación, se estructura la contabilidad del hotel para el primer año, en cual se estiman los ingresos percibidos (por alojamiento y otros servicios) y los egresos (gastos departamentales, no distribuidos y otros); los que posteriormente son proyectados para un transcurso de 10 años de operatividad.

A partir del flujo de 10 años obtenido, se determina los ingresos por habitación disponible (REVPAR), que se define como:

- *REVPAR*

El REVPAR (Revenue per Available Room) o Ingresos por habitación disponible, la cual se obtiene del porcentaje de habitaciones disponibles ocupadas (tasa de ocupación) y la tarifa media por habitación (ADR). Esta es una manera de medir la efectividad de una estrategia comercial y de precios, ya que permite conocer el ingreso percibido por habitación ocupada en un periodo de tiempo.

$$REVPAR = Tasa\ de\ Ocupación \times ADR$$

Ecuación 5. *REVPAR (Ingreso por habitación disponible)*

Cabe mencionar que la diferencia entre el ADR y el REVPAR radica que, el primero nos indica lo facturado para las habitaciones ocupadas mientras, el segundo nos muestra realmente lo ingresado para el total de habitaciones disponibles.

Así como en “la etapa de proceso de pre operación”, en “la etapa durante operación” se determina el VAN y el TIR del flujo de operación para obtener la viabilidad y rentabilidad del proyecto para este periodo de tiempo.

3.2. Diagrama de etapas

A continuación se presentan los diagramas que sintetizan los anteriores procesos seguidos para el análisis de ambas etapas: etapa 1 (pre operación) y etapa 2 (durante la operación).

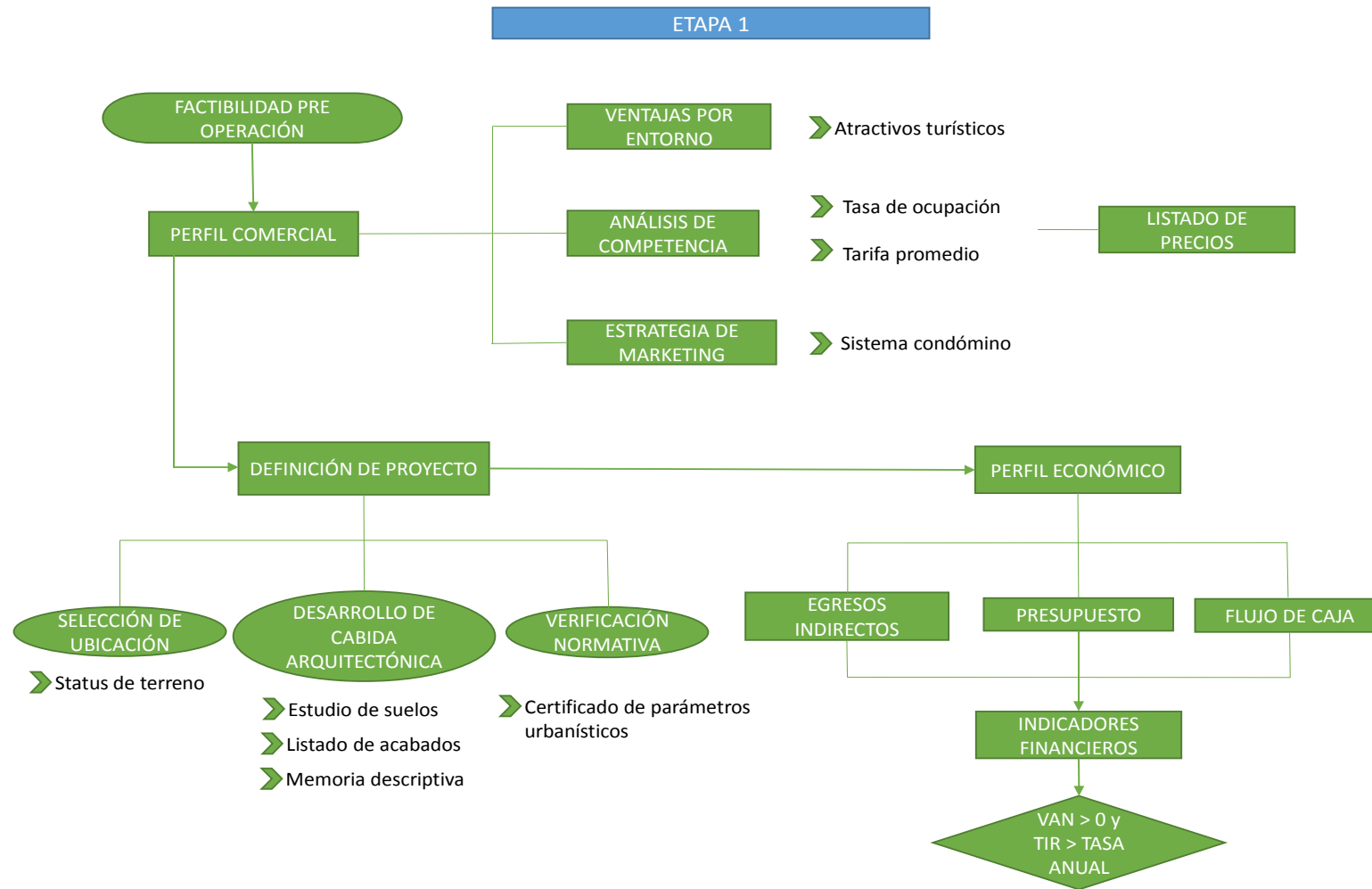


Figura 10. Diagrama de Etapa pre operación

(Fuente: Propia)

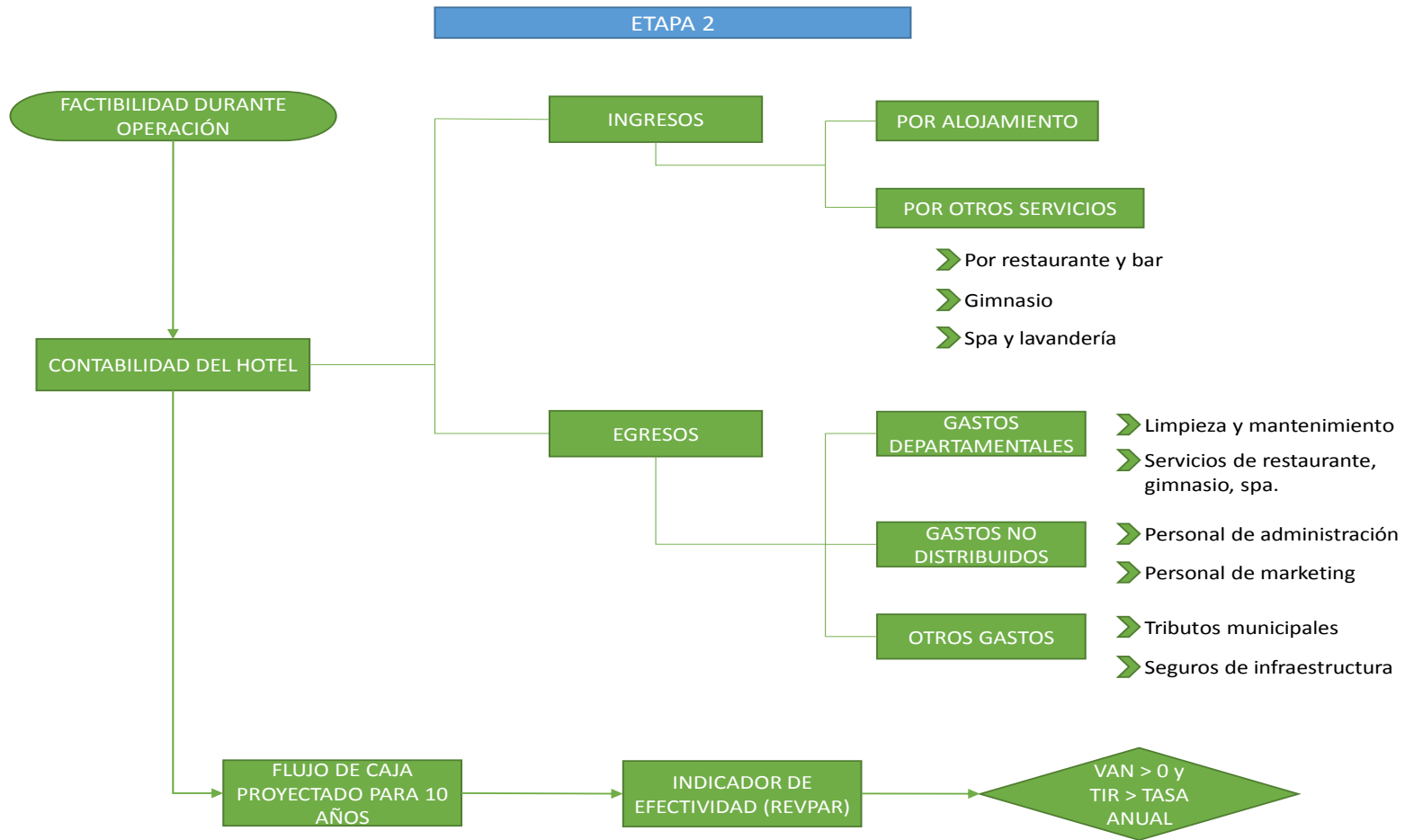


Figura 11. Diagrama de etapa en funcionamiento

(Fuente: Propia)

Habiendo establecido el procedimiento a seguir para el desarrollo y evaluación del proyecto, en los capítulos siguientes se procederá a delimitar el perfil comercial del proyecto y se analizará la zona donde se encuentra ubicada, procediendo a elaborar el listado de precios de los inmuebles.



CAPITULO 4: PERFIL COMERCIAL

Como se indicó anteriormente, se desarrollará en este capítulo y los siguientes la aplicación de la metodología y los conceptos explicados para un estudio de caso específico. El proyecto será un complejo hotelero ubicado en el departamento de Ica, la cual es una zona que se encuentra en continuo desarrollo económico, financiero y comercial, y que cuenta con un gran atractivo turístico y cultural; y por tanto con un gran potencial para su crecimiento.

En este capítulo se dará un alcance del mercado hotelero para la zona de estudio del caso, los atractivos o puntos turísticos en el entorno del proyecto; así como la estrategia de marketing de sistema condominio planteada para el caso de estudio, la competencia hotelera y se presentarán los ingresos proyectados para la etapa de pre operación del hotel.

El sector hotelero corresponde a una de las actividades aportantes al capital de la región de Ica, de esta manera, a continuación se presentará el crecimiento y desarrollo de este sector en el transcurso de los últimos años.

4.1. Mercado hotelero en Ica

Considerando la demanda de hoteles en el departamento de Ica, se han listado un total de 938 hoteles registrados para mediados del 2019. En la región, se ha presentado un ritmo anual promedio de 7.2% de aumento en la construcción de hospedajes desde el año 2003.

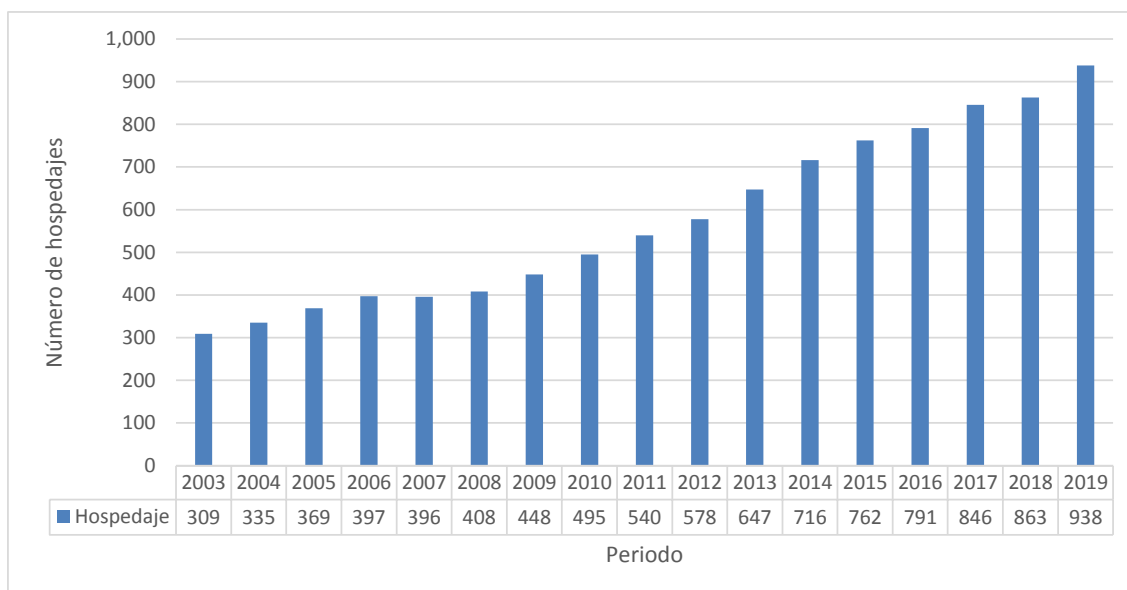


Figura 12. Número de hospedajes en Ica.

(Fuente: MINCETUR, 2019)

Además, Ica cuenta con dos aeropuertos al que llegan pasajeros de vuelos domésticos e internacionales; en su aeropuerto de Pisco se registraron 1741 arribos y en el aeródromo María Reiche 64,932 para mediados del 2019. Un ingreso de 88,900 turistas promedio anualmente, con una tendencia de 0.4% de variación durante este periodo.



Figura 13. Número de ingreso de turistas a Ica.

(Fuente: MINCETUR, 2019)

Las pernoctaciones de visitantes al departamento de Ica alcanzan en los últimos años la suma de 2 millones anualmente, con un incremento anual de 8.2% y pudiéndose proyectar para los próximos años un total de 2.4 millones.

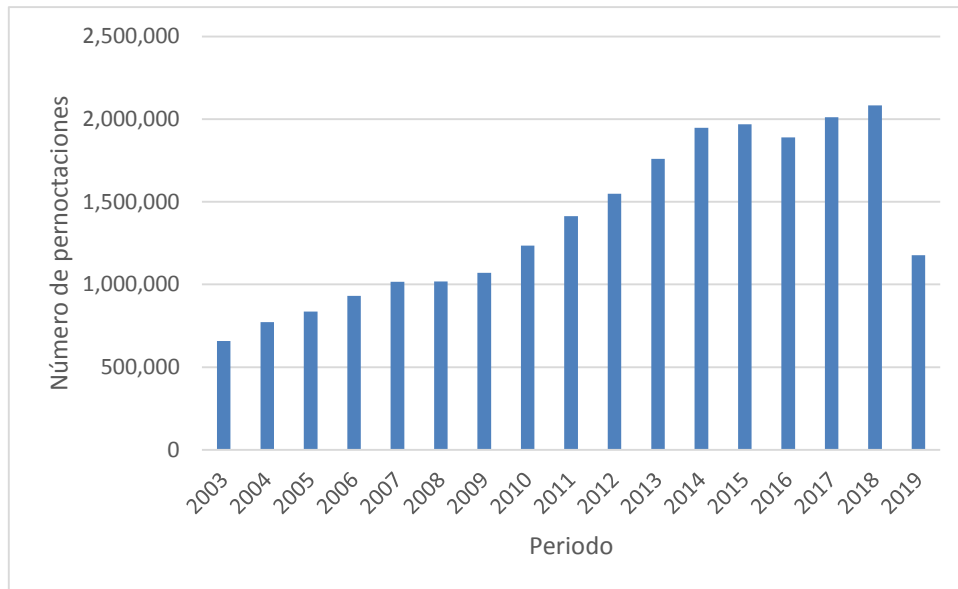


Figura 14. Número de pernoctaciones en Ica.

(Fuente: MINCETUR, 2019)

Al contar con diversos atractivos turísticos en la región, se presenta un registro de aquellos lugares que presentan mayores ingresos de visitas en Ica, donde se puede observar la preferencia de lugares que son más concurridos durante su estancia.

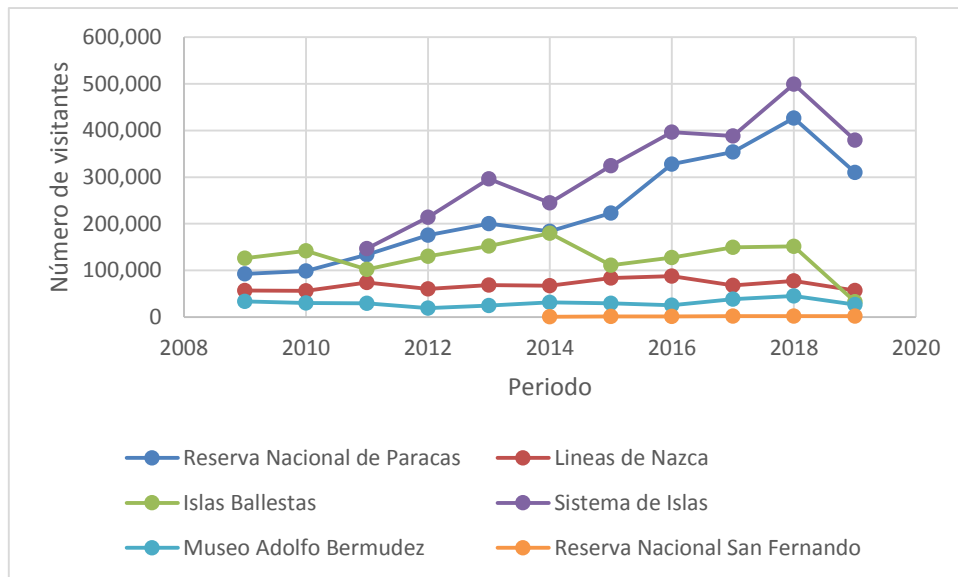


Figura 15. Número de visitas según lugares turísticos en Ica.

(Fuente: MINCETUR, 2019)

Asimismo, a través de encuestas se ha establecido un perfil del turista recurrente en esta zona donde se obtuvieron puntos como los motivos de viaje y la preferencia de la compañía de grupos.

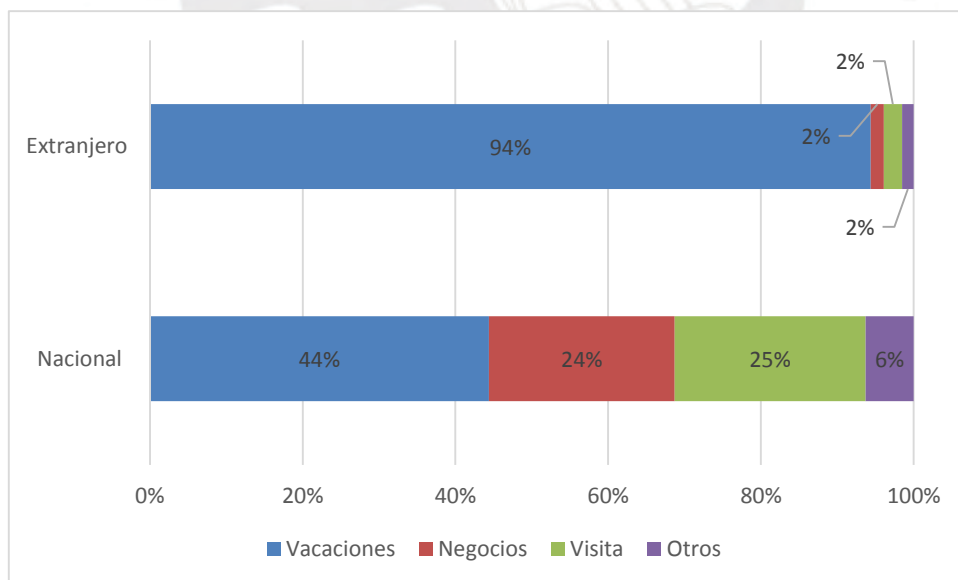


Figura 16. Motivo de viaje de turistas a Ica

(Fuente: MINCETUR, 2018)

Se observa que el perfil del turista extranjero tiene una preferencia de viaje por motivos de ocio, mientras que para el turista nacional es más equitativamente distribuido entre vacaciones, negocios y por visita.

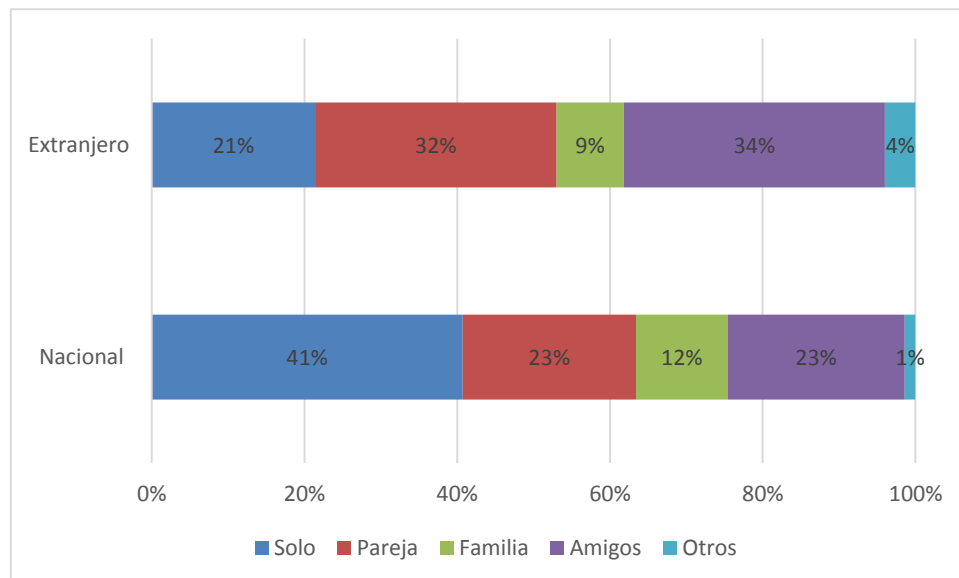


Figura 17. Grupo de viaje de turistas a Ica
(Fuente: MINCETUR, 2018)

Para el perfil del turista, ya sea extranjero o nacional, se presenta una distribución diversa para los grupos de viaje entre pareja, con familia, amistades o solo.

4.2. Entorno de proyecto

Para la evaluación y análisis del proyecto se requiere conocer los principales puntos de atracción dentro de su área de influencia, ya que la presencia de los mismos afecta de manera indirecta la futura demanda del hotel y por tanto su rentabilidad. De esta manera, se han identificado los principales atractivos turísticos (según el SERNANP) ubicados en las cercanías del proyecto, los cuales se describen a continuación:

- *Islas Ballestas*

Las islas Ballestas son parte de la Reserva Nacional Sistema de Islas, Islotes y Puntas Guaneras (RNSIIPG), la cual está compuesta por tres grupos de islas: Ballestas norte,

centro y sur; que están ubicadas frente a la Reserva Nacional de Paracas. La principal importancia de estas islas como atractivo turístico es que en este lugar se realizan grandes concentraciones de fauna marina, donde se pueden apreciar aves marinas y guaneras, los pingüinos de Humboldt y lobos marinos. Además, en las islas se pueden desarrollar distintas actividades como buceo, motonáutica, pesca deportiva, esquí acuático, entre otros.

- *Reserva Nacional de Paracas*

La Reserva Nacional de Paracas es un Área Natural Protegida (ANP) ubicada en parte de los distritos de Paracas y Salas, perteneciente a las provincias de Paracas e Ica respectivamente, que protege y conserva ecosistemas marino-costeros, especies amenazadas y sus hábitats. Asimismo, cuenta con diversos restos arqueológicos de la cultura Paracas asentada en gran parte de esta reserva. Las actividades permitidas dentro de la reserva abarcan desde buceo, trekking, camping, pesca deportiva/submarina y observación de fauna y paisajes.

- *Bodegas y viñedos (Viñedo de Tacama)*

Se ubica en una de las Casas Hacienda más antigua del valle, situada en la parte alta del Valle de Ica. Esta fue construida en el siglo XVI, de arquitectura colonial y es uno de los viñedos más antiguos de América. El Viñedo de Tacama tiene una extensión de 180 Ha, donde cuenta con una hacienda antigua compuesta por una alameda de árboles, un patio, la iglesia, un campanario y una caballeriza. En ella se producen vinos y piscos de excelente calidad, donde se ofrecen servicios de visitas guiadas.

- *Museo Regional Adolfo Bermúdez*

El Museo Regional de Ica es uno de los principales centros de atracción turística de la ciudad y donde se realizaron los primeros estudios paleopatológicos sobre los restos humanos prehispánicos. Sus colecciones expuestas son en mayor medida arqueológicas prehispánicas y procedentes tanto de huaqueo como de investigación arqueológica entre los que resaltan la cerámica y los textiles. En menor cantidad cuenta con piezas coloniales y republicanas de la historia regional, así como también de arte y paleontológicas.

- *Huacachina*

Es un oasis del desierto iqueño a 5 km. de la plaza mayor de la ciudad de Ica, a la cual se le atribuye propiedades curativas. El espejo de agua de la laguna tiene una extensión de 100 m. de largo por 60 m. de ancho, siendo el color de sus aguas de un tono verde esmeralda. La vegetación que se encuentra en el perímetro de la laguna está conformada por especies arbóreas propias del desierto como el toñuz, las bugambilias, las palmeras y los eucaliptos. Estas especies y las dunas de arena que enmarcan la laguna, le dan a todo el conjunto una característica muy particular y tropical. Las dunas al norte de la laguna es la zona natural de mayor altura para la práctica de deportes como el sandboard; además, que se ofrecen paseos de aventura en areneros tubulares que se desplazan por las dunas de los alrededores.

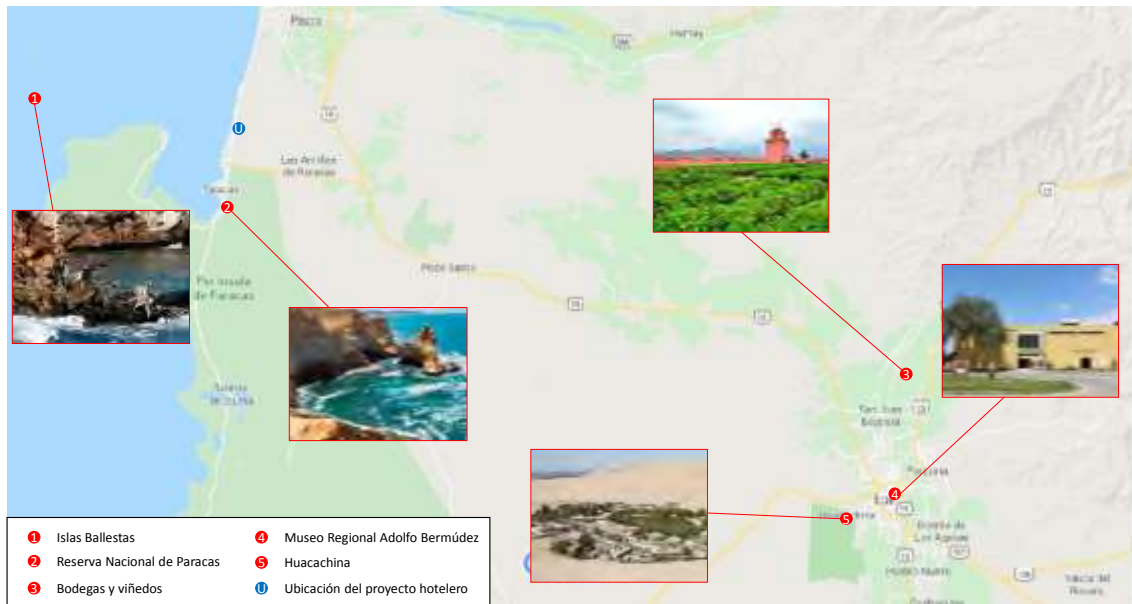


Figura 18. Mapa de lugares turísticos

(Fuente: Propia)

4.3 Estrategia de marketing

Para el proyecto se ha planteado la modalidad de un hotel con renta recurrente, es decir, el sistema inmobiliario condominio, el cual se detalló en el capítulo 2. Para este caso, se ha seleccionado como operador hotelero internacional al Grupo Hotelero Londoño (GHL) Hoteles, quienes gerencian y dirigen, con éxito, más de 57 hoteles en Latinoamérica. En Perú operan 7 hoteles con diferentes franquicias: 2 en Lima, 3 en Cusco, 1 en Arequipa y 1 en Puno.

El hotel funcionará bajo el sistema de “pool”; el 80% de las ganancias del negocio se distribuyen por igual entre todas las suites y el 20% a los dueños de la infraestructura hotelera.

Las ventajas de invertir y los beneficios serían los siguientes:

Riesgo Cero: la inversión está respaldada por la entrega de un título de propiedad independizado e inscrito en los registros públicos.

Alto rendimiento: renta recurrente más revaluación continua del inmueble.

Liquidez: el propietario, teniendo un título de propiedad inscrito independientemente en los RR.PP., podrá vender libremente su suite en cualquier momento bajo las mismas condiciones en que la adquirió.

Disfrute: el propietario de cada suite tiene el derecho al uso, sin costo, de 4 semanas al año en el hotel – 2 semanas en temporada alta y 2 semanas en temporada baja.


4.4. Competencia del mercado

Para el análisis del estudio de mercado de hoteles se han considerado aquellos establecimientos que presentan una cercanía a la ubicación y características similares en cuanto equipamiento y servicios ofrecidos.

Cabe indicar que se debe considerar entre los hoteles de la competencia al segmento al que se dirigen, los que pueden ser de lujo, primera clase y estándar; ya que según el caso al segmento al que este dirigido nuestro hotel se debe priorizar analizar a aquellos que correspondan al mismo sector. Para el caso de estudio, el segmento al que se dirige corresponde a un nivel entre primera clase y el estándar.

A continuación, se presentan los competidores resultantes:

Tabla 2. Estudio de la competencia

HOTELES	 HOTEL PARACAS LUXURY COLLECTION (Categoría de Lujo)	 DOUBLETREE RESORT BY HILTON (Categoría Primera Clase)	 ARANWA PARACAS RESORT & SPA (Categoría Primera Clase)	 LA HACIENDA BAHIA PARACAS (Categoría Estándar)	 SAN AGUSTIN PARACAS (Categoría Estándar)
N° DE HABITACIONES	120	124	115	87	148
TIPOLOGIA	Habitaciones deluxe, suites (terrace, solarium)	Suites (cama doble, king)	Habitaciones deluxe, suites (doble, familiar)	Habitaciones, suites, bungalows	Habitaciones (dobles, triples), suites
ÁREA PROMEDIO	48 - 94 - 120 m ²	55 m ²	42 - 86 - 88 - 93 m ²	80 - 100 m ²	70 - 90 m ²
% DE OCUPACION	46	49	49	47	47
TARIFA PROMEDIO	193	165	165	117	117
DESCRIPCION DEL COMPLEJO HOTELERO (servicios ofrecidos)	<ul style="list-style-type: none"> - Restaurante - bar - Fitness Center - Spa - Gimnasio - Piscinas - Zona de eventos 	<ul style="list-style-type: none"> - Restaurante - Club para niños - Gimnasio - Piscinas - Centro de negocios 	<ul style="list-style-type: none"> - Restaurante - bar - Cancha de tenis - Área de juegos - Spa - Piscinas - Centro de convenciones 	<ul style="list-style-type: none"> - Restaurante - bar - Área de tenis - Cancha de tenis y fútbol - Piscinas - Deportes náuticos 	<ul style="list-style-type: none"> - Restaurante - bar - Juegos para niños - Cancha de voley - Piscinas - Sala de eventos

(Fuente: Propia)

Se menciona que de la competencia analizada, se presentan un hotel del segmento de lujo, dos de primera clase y dos del estándar; esto es debido a que en la zona de estudio los complejos hoteleros con similares características al proyecto analizado son escasos en sus cercanías. Sin embargo, esto permite mostrar la diversificación de segmentos en Paracas y de las variedades de cliente objetivo a los que se dirigen.



Figura 19. Mapa de competencia hotelera

(Fuente: Propia)

Además, a partir de la competencia se obtienen los parámetros de tarifa promedio diaria (ADR) y de la tasa de ocupación que se presentan en la zona, los que posteriormente serán utilizados para el análisis financiero en el capítulo 7.

A continuación, se presenta la tasa de ocupación presentada para la competencia:

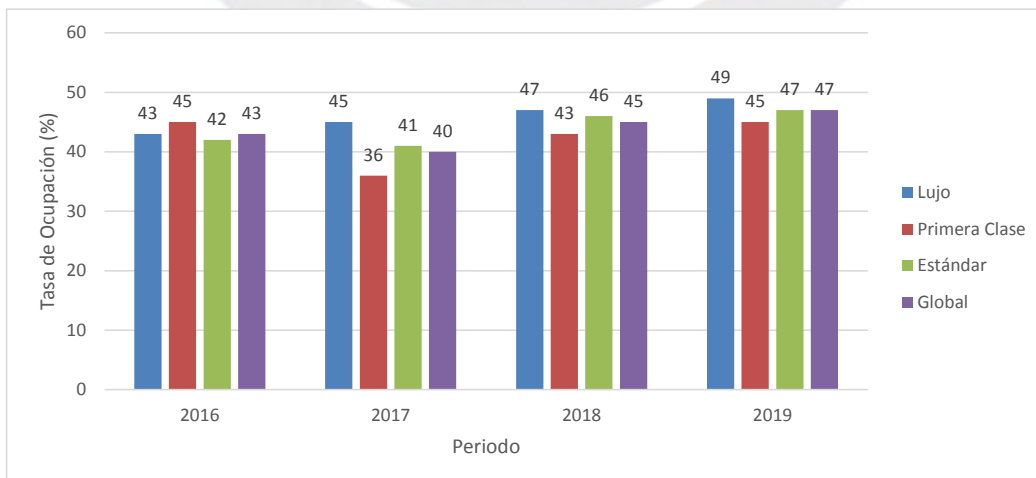


Figura 20. Tasa de ocupación de competencia

(Fuente: Propia)

Se observa que para el mercado global se presentan variaciones para cada periodo de aproximadamente de 3.3%. Por lo que proyectándose a una puesta en funcionamiento del hotel para el año 2020 se presentaría una tasa de ocupación de 48%.

Así, también se obtuvieron las tarifas promedio de la competencia:

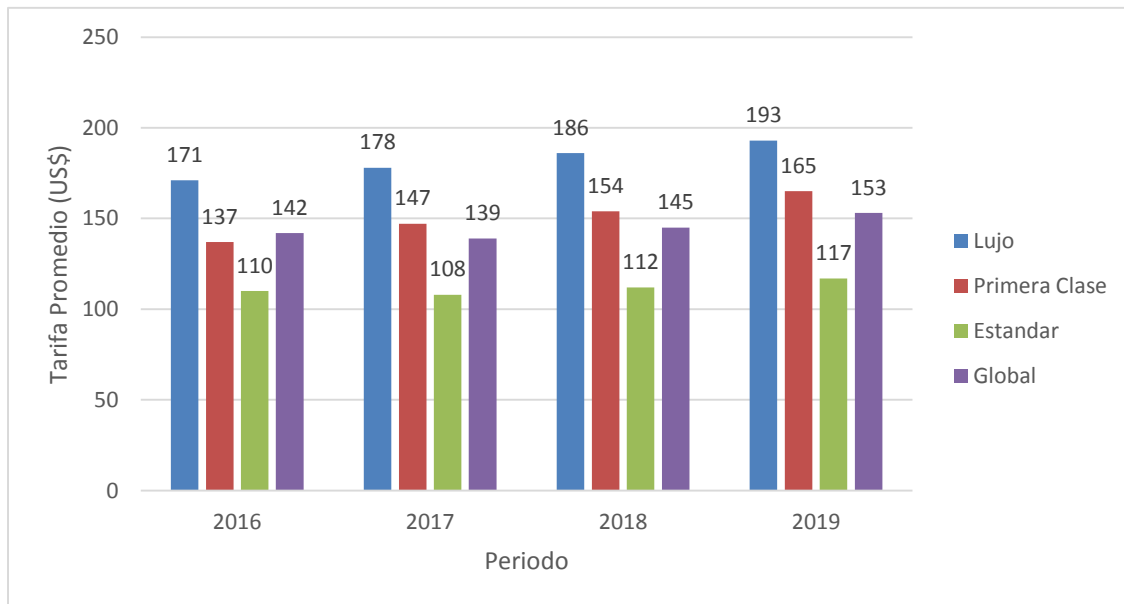


Figura 21. Tarifa promedio de la competencia

(Fuente: Propia)

Como el proyecto hotelero va dirigido a un segmento intermedio entre primera clase y el estándar, se priorizan estos valores para establecer la comparación con el caso de estudio. De lo observado se establecería una tarifa promedio que figure en el intervalo de 110 – 165\$.

4.5. Cuadro de áreas y precios

Como se ha indicado en el anterior punto 5.2, los alojamientos del proyecto hotelero serán vendidos como unidades inmobiliarias, por lo que existirá un ingreso previo (venta de unidades) y durante la operación (alojamiento). Para esta parte, únicamente se estará considerando los ingresos pre operación al complejo hotelero.

Para la venta de los inmuebles, se han establecido un precio promedio por metro cuadrado de US\$ 2,500 para los Junior Suite y US\$ 2,074 para los Master Suite, tomando en consideración que las habitaciones se encuentran totalmente equipadas y amobladas. En los siguientes cuadros se detallan los precios por unidad para ambos bloques:

Tabla 3. Precios de venta “Bloque Babor”

DEPARTAMENTOS BLOQUE BABOR						
Dpto	Vista		Área techad (m2)	Área libre (m2)	Área ocupad (m2)	Precio de venta de US\$ (inc. IGV)
	Tipo	Dorm.				
1ER PISO						
101	JUNIOR SUITE	1D	31.34	4.64	35.98	89,895
102	JUNIOR SUITE	1D	30.56	4.55	35.11	87,721
103	JUNIOR SUITE	1D	30.55	4.55	35.10	87,696
104	JUNIOR SUITE	1D	30.58	4.53	35.11	87,721
105	JUNIOR SUITE	1D	30.59	5.41	36.00	89,945
106	JUNIOR SUITE	1D	31.13	4.67	35.80	89,445
107	JUNIOR SUITE	1D	31.21	4.63	35.84	89,545
108	JUNIOR SUITE	1D	30.60	4.35	34.95	87,321
109	JUNIOR SUITE	1D	30.58	4.59	35.17	87,871
110	JUNIOR SUITE	1D	31.19	4.70	35.89	89,670
111	MASTER SUITE	2D	61.87	9.16	71.03	147,297
112	JUNIOR SUITE	1D	30.55	4.53	35.08	87,646
113	JUNIOR SUITE	1D	31.18	4.70	35.88	89,645
114	MASTER SUITE	2D	61.86	9.19	71.03	147,297
115	MASTER SUITE	2D	61.85	8.48	70.33	145,845
2DO PISO						
201	JUNIOR SUITE	1D	31.34	2.95	34.29	85,672
202	JUNIOR SUITE	1D	30.56	4.89	35.45	88,570
203	JUNIOR SUITE	1D	30.55	4.65	35.20	87,946

204	JUNIOR SUITE	1D	30.58	1.93	32.51	81,225
205	JUNIOR SUITE	1D	30.59	2.70	33.29	83,174
206	JUNIOR SUITE	1D	31.13	4.97	36.10	90,194
207	JUNIOR SUITE	1D	31.21	4.65	35.86	89,595
208	JUNIOR SUITE	1D	30.60	1.98	32.58	81,400
209	JUNIOR SUITE	1D	30.58	5.16	35.74	89,295
210	JUNIOR SUITE	1D	31.19	5.13	36.32	90,744
211	MASTER SUITE	2D	61.87	4.58	66.45	137,799
212	JUNIOR SUITE	1D	30.55	5.19	35.74	89,295
213	JUNIOR SUITE	1D	31.18	5.11	36.29	90,677
214	MASTER SUITE	2D	61.86	4.61	66.47	137,840
215	MASTER SUITE	2D	61.85	14.31	76.16	157,935
3ER PISO						
301	JUNIOR SUITE	1D	31.34	1.97	33.31	83,224
302	JUNIOR SUITE	1D	30.56	2.71	33.27	83,124
303	JUNIOR SUITE	1D	30.55	4.90	35.45	88,570
304	JUNIOR SUITE	1D	30.58	4.65	35.23	88,021
305	JUNIOR SUITE	1D	30.59	2.11	32.70	81,700
306	JUNIOR SUITE	1D	31.13	2.72	33.85	84,573
307	JUNIOR SUITE	1D	31.21	4.50	35.71	89,220
308	JUNIOR SUITE	1D	30.60	4.26	34.86	87,096
309	JUNIOR SUITE	1D	30.58	2.67	33.25	83,074
310	JUNIOR SUITE	1D	31.19	4.61	35.80	89,445
311	MASTER SUITE	2D	61.87	6.44	68.31	141,656
312	JUNIOR SUITE	1D	30.55	2.73	33.28	83,149
313	JUNIOR SUITE	1D	31.18	4.81	35.99	89,920
314	MASTER SUITE	2D	61.86	6.43	68.29	141,615
315	MASTER SUITE	2D	61.85	10.18	72.03	149,370
4TO PISO						
401	JUNIOR SUITE	1D	31.34	4.12	35.46	88,595
402	JUNIOR SUITE	1D	30.56	1.92	32.48	81,150
403	JUNIOR SUITE	1D	30.55	2.71	33.26	83,099
404	JUNIOR SUITE	1D	30.58	4.90	35.48	88,645
405	JUNIOR SUITE	1D	30.59	4.65	35.24	88,046
406	JUNIOR SUITE	1D	31.13	2.12	33.25	83,074
407	JUNIOR SUITE	1D	31.21	2.71	33.92	84,748
408	JUNIOR SUITE	1D	30.60	3.93	34.53	86,272
409	JUNIOR SUITE	1D	30.58	2.05	32.63	81,525
410	JUNIOR SUITE	1D	31.19	2.72	33.91	84,723
411	MASTER SUITE	2D	61.87	8.11	69.98	145,119
412	JUNIOR SUITE	1D	30.55	2.01	32.56	81,350
413	JUNIOR SUITE	1D	31.18	2.72	33.90	84,698
414	MASTER SUITE	2D	61.86	8.47	70.33	145,845
415	MASTER SUITE	2D	61.85	8.89	70.74	146,695

5TO PISO						
501	JUNIOR SUITE	1D	31.34	4.36	35.70	89,195
502	JUNIOR SUITE	1D	30.56	4.05	34.61	86,472
503	JUNIOR SUITE	1D	30.55	2.26	32.81	81,975
504	JUNIOR SUITE	1D	30.58	2.72	33.30	83,199
505	JUNIOR SUITE	1D	30.59	4.50	35.09	87,671
506	JUNIOR SUITE	1D	31.13	4.64	35.77	89,370
507	JUNIOR SUITE	1D	31.21	2.47	33.92	84,748
508	JUNIOR SUITE	1D	30.60	2.63	33.23	83,024
509	JUNIOR SUITE	1D	30.58	3.88	34.46	86,097
510	JUNIOR SUITE	1D	31.19	2.20	33.39	83,424
511	MASTER SUITE	2D	61.87	6.81	68.68	142,423
512	JUNIOR SUITE	1D	30.55	4.06	34.61	86,472
513	JUNIOR SUITE	1D	31.18	1.74	32.92	82,249
514	MASTER SUITE	2D	61.86	6.96	68.82	142,714
515	MASTER SUITE	2D	61.85	11.31	73.16	151,714
Total		75 dptos	2,778.2	347.8	3,126.2	7,364,004.4

(Fuente: Propia)

Para los departamentos ubicados en el bloque Babor se percibirían ingresos hasta por suma de US\$ 7'364,004; correspondiente a los 75 alojamientos.

Tabla 4. Precios de venta "Bloque Estribor"

DEPARTAMENTOS BLOQUE ESTRIBOR						
Dpto	Vista		Área techado (m2)	Área libre (m2)	Área ocupa (m2)	Precio de venta dep. US\$ (inc. IGV)
	Tipo	Dorm.				
1ER PISO						
101	JUNIOR SUITE	1D	31.34	4.64	35.98	89,895
102	JUNIOR SUITE	1D	30.56	4.55	35.11	87,721
103	JUNIOR SUITE	1D	30.55	4.55	35.10	87,696
104	JUNIOR SUITE	1D	30.58	4.53	35.11	87,721
105	JUNIOR SUITE	1D	30.59	5.41	36.00	89,945
106	JUNIOR SUITE	1D	31.13	4.67	35.80	89,445
107	JUNIOR SUITE	1D	31.21	4.63	35.84	89,545
108	JUNIOR SUITE	1D	30.60	4.35	34.95	87,321
109	JUNIOR SUITE	1D	30.58	4.59	35.17	87,871
110	JUNIOR SUITE	1D	31.19	4.70	35.89	89,670
111	MASTER SUITE	2D	61.87	9.16	71.03	147,297
112	JUNIOR SUITE	1D	30.55	4.53	35.08	87,646
113	JUNIOR SUITE	1D	31.18	4.70	35.88	89,645
114	MASTER SUITE	2D	61.86	9.19	71.05	147,338
115	MASTER SUITE	2D	61.85	8.48	70.33	145,845
2DO PISO						
201	JUNIOR SUITE	1D	31.34	2.95	34.29	85,672
202	JUNIOR SUITE	1D	30.56	4.89	35.45	88,570
203	JUNIOR SUITE	1D	30.55	4.65	35.20	87,946
204	JUNIOR SUITE	1D	30.58	1.93	32.51	81,225
205	JUNIOR SUITE	1D	30.59	2.70	33.29	83,174
206	JUNIOR SUITE	1D	31.13	4.97	36.10	90,194
207	JUNIOR SUITE	1D	31.21	4.65	35.86	89,595
208	JUNIOR SUITE	1D	30.60	1.98	32.58	81,400
209	JUNIOR SUITE	1D	30.58	5.16	35.74	89,295
210	JUNIOR SUITE	1D	31.19	5.13	36.32	90,744
211	MASTER SUITE	2D	61.87	4.58	66.45	137,799
212	JUNIOR SUITE	1D	30.55	5.19	35.74	89,295
213	JUNIOR SUITE	1D	31.18	5.11	36.29	90,677
214	MASTER SUITE	2D	61.86	4.61	66.47	137,840
215	MASTER SUITE	2D	61.85	14.31	76.16	157,935
3ER PISO						
301	JUNIOR SUITE	1D	31.34	1.97	33.31	83,224
302	JUNIOR SUITE	1D	30.56	2.71	33.27	83,124
303	JUNIOR SUITE	1D	30.55	4.90	35.45	88,570
304	JUNIOR SUITE	1D	30.58	4.65	35.23	88,021
305	JUNIOR SUITE	1D	30.59	2.11	32.70	81,700
306	JUNIOR SUITE	1D	31.13	2.72	33.85	84,573
307	JUNIOR SUITE	1D	31.21	4.50	35.00	87,446
308	JUNIOR SUITE	1D	30.60	4.26	34.86	87,096
309	JUNIOR SUITE	1D	30.58	2.67	33.25	83,074

310	JUNIOR SUITE	1D	31.19	4.61	35.80	89,445
311	MASTER SUITE	2D	61.87	6.44	68.31	141,656
312	JUNIOR SUITE	1D	30.55	2.73	35.00	87,446
313	JUNIOR SUITE	1D	31.18	4.81	35.99	89,920
314	MASTER SUITE	2D	61.86	6.43	68.29	141,615
315	MASTER SUITE	2D	61.85	10.18	72.03	149,370
4TO PISO						
401	JUNIOR SUITE	1D	31.34	4.12	35.46	88,595
402	JUNIOR SUITE	1D	30.56	1.92	32.48	81,150
403	JUNIOR SUITE	1D	30.55	2.71	33.26	83,099
404	JUNIOR SUITE	1D	30.58	4.90	35.48	88,645
405	JUNIOR SUITE	1D	30.59	4.65	35.24	88,046
406	JUNIOR SUITE	1D	31.13	2.12	33.25	83,074
407	JUNIOR SUITE	1D	31.21	2.71	33.92	84,748
408	JUNIOR SUITE	1D	30.60	3.93	34.53	86,272
409	JUNIOR SUITE	1D	30.58	2.05	32.63	81,525
410	JUNIOR SUITE	1D	31.19	2.72	33.91	84,723
411	MASTER SUITE	2D	61.87	8.11	69.98	145,119
412	JUNIOR SUITE	1D	30.55	2.01	32.56	81,350
413	JUNIOR SUITE	1D	31.18	2.72	33.90	84,698
414	MASTER SUITE	2D	61.86	8.47	70.33	145,845
415	MASTER SUITE	2D	61.85	8.89	70.74	146,695
5TO PISO						
501	JUNIOR SUITE	1D	31.34	4.36	35.70	89,195
502	JUNIOR SUITE	1D	30.56	4.05	34.61	86,472
503	JUNIOR SUITE	1D	30.55	2.26	32.81	81,975
504	JUNIOR SUITE	1D	30.58	2.72	33.30	83,199
505	JUNIOR SUITE	1D	30.59	4.50	35.09	87,671
506	JUNIOR SUITE	1D	31.13	4.64	35.77	89,370
507	JUNIOR SUITE	1D	31.21	2.47	33.68	84,148
508	JUNIOR SUITE	1D	30.60	2.63	33.23	83,024
509	JUNIOR SUITE	1D	30.58	3.88	34.46	86,097
510	JUNIOR SUITE	1D	31.19	2.20	33.39	83,424
511	MASTER SUITE	2D	61.87	6.81	68.68	142,423
512	JUNIOR SUITE	1D	30.55	4.06	34.61	86,472
513	JUNIOR SUITE	1D	31.18	1.74	32.92	82,249
514	MASTER SUITE	2D	61.86	6.96	68.82	142,714
515	MASTER SUITE	2D	61.85	11.31	73.16	151,714
Total		75 dptos	2,778.2	347.8	3,127.0	7,365,969.6

(Fuente: Propia)

Para los departamentos ubicados en el bloque Estribor se percibirían ingresos hasta por suma de US\$ 7'365,969; correspondiente a los 75 alojamientos.

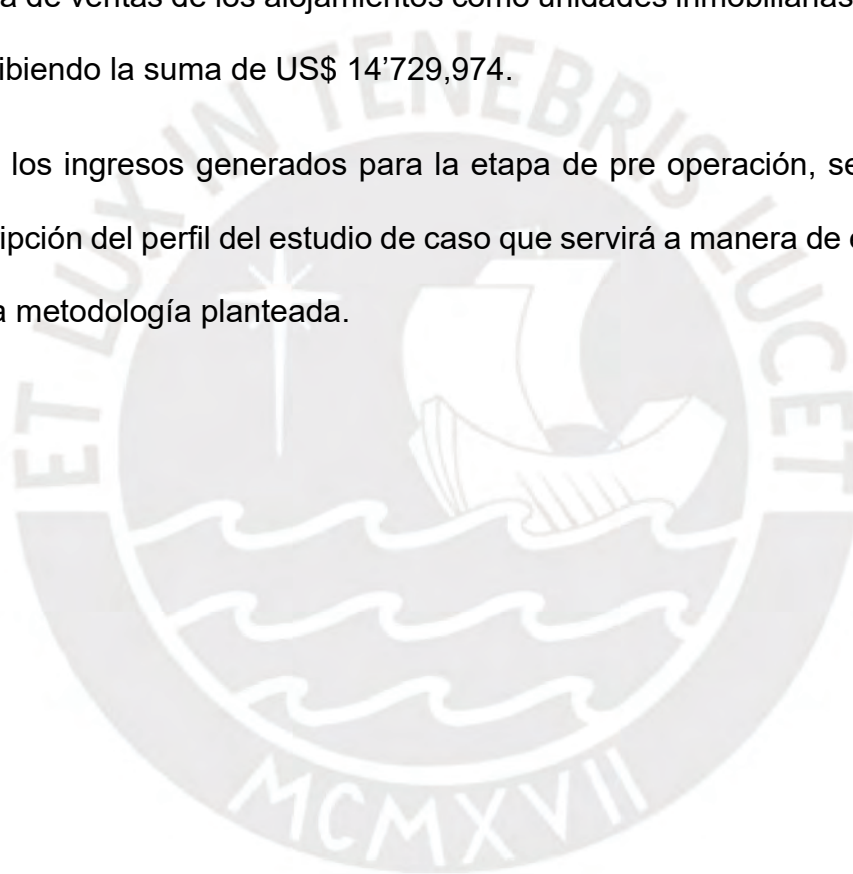
Tabla 5. Ingresos por ventas totales

INGRESOS TOTAL HOTEL				
Áreas comunes techada		3,528.8	Precio prom. dp JUNIOR SUITE	\$ 86,500
Área techada total (m2)		9,085.2	Precio prom. dp MASTER SUITE	\$ 145,500
Área ocupada prom. (m2)	JUNIOR SUITE	37.04	Precio prom. dp JUNIOR SUITE	\$ 2,500 /m ²
Área ocupada prom. (m2)	MASTER SUITE	61.86	Precio prom. dp MASTER SUITE	\$ 2,072 /m ²
Total de ingresos por ventas US\$				14,729,974

(Fuente: Propia)

Para la etapa de ventas de los alojamientos como unidades inmobiliarias del hotel, se estarían recibiendo la suma de US\$ 14'729,974.

Conociendo los ingresos generados para la etapa de pre operación, se comenzará con la descripción del perfil del estudio de caso que servirá a manera de ejemplo para demostrar la metodología planteada.



CAPÍTULO 5: SITUACION DE PROYECTO

A continuación, en el presente capítulo se describirá la cabida arquitectónica y alcances del proyecto hotelero que se tendrá como objeto de estudio.

5.1. Ubicación

El proyecto hotelero en mención se encuentra ubicado en el Sub Lote 2H -1 ubicado en el Km. 18 y 19.3 del lado oeste de la carretera Pisco – Paracas dentro de la zona denominada balneario Nuevo Paracas, provincia de Pisco, departamento de Ica.

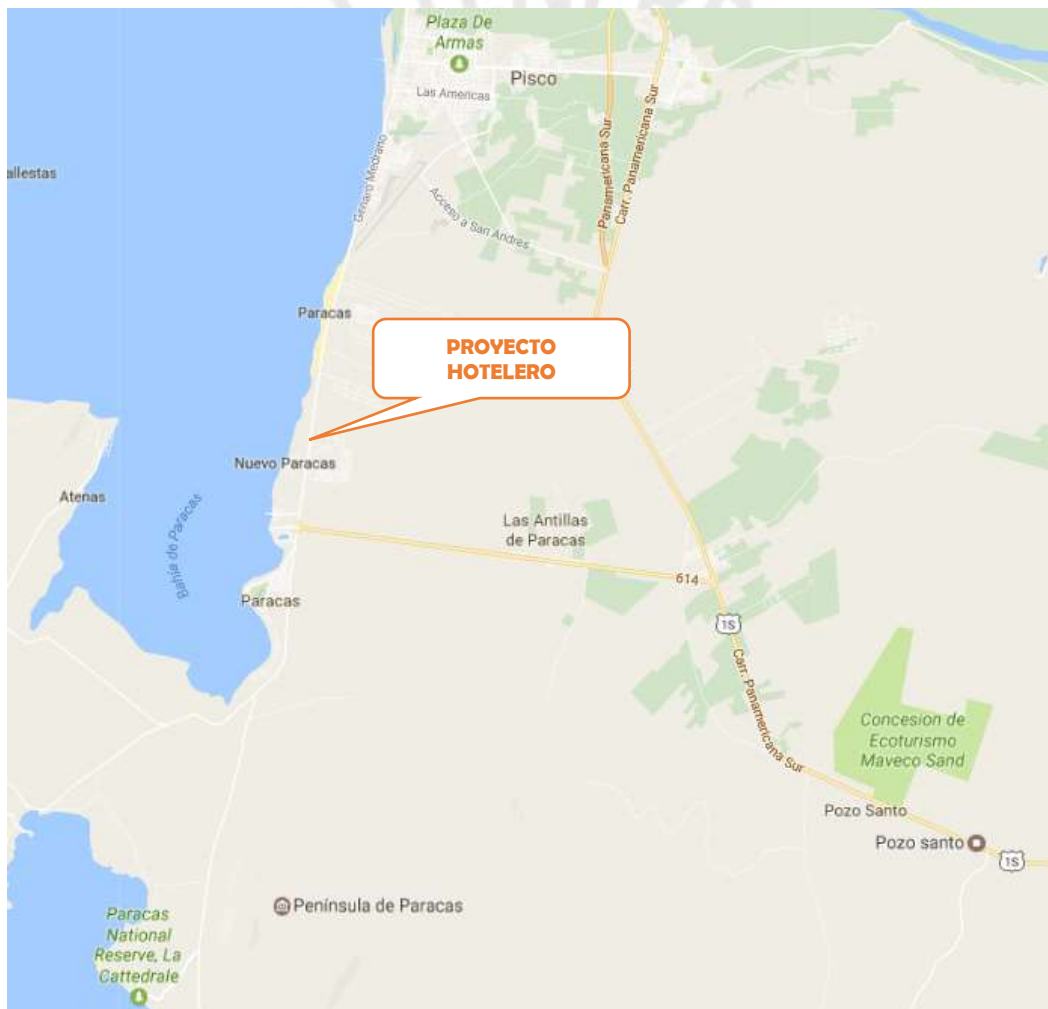


Figura 22. Plano de ubicación del proyecto

(Fuente: Google Maps)

El terreno presenta la forma de un polígono de 15 lados que encierran un área de 10,545.58 m²; donde los linderos que presenta son los siguientes:

- POR EL FRENTE: Con el Océano Pacífico, mediante una línea recta A-B de 50.34 metros lineales.
- POR LA DERECHA: Con el Sub-Lote N° 2-G, mediante una línea recta A-F de 283.24 metros lineales.
- POR LA IZQUIERDA: Con el Sub-lote N° 2H-2 y Propiedad de Terceros, mediante una línea quebrada de doce tramos de oeste a este: B-C de 37.00 metros lineales, C-1 de 3.67 metros lineales, 1-2 de 174.07 metros lineales, 2-3 de 28.07 metros lineales, 3-4 de 48.84 metros lineales, 4-5 de 6.34 metros lineales, 5-6 de 30.49 metros lineales, 6-7 de 4.38 metros lineales, 7-8 de 9.85 metros lineales, 8-9 de 4.38 metros lineales, 9-10 de 13.90 metros lineales, 10-E de 9.16 metros lineales, que en total suman 370.15 metros lineales
- POR EL FONDO: Con el Sub-lote N° 2B-2, mediante una línea recta E-F de 66.79 metros lineales

5.2. Status legal

El inmueble ubicado en Sector Plaza que forma parte del fundo Santo Domingo y anexos/Sub Lote 2H de un área de 20,833.62 m².

El Sub Lote 2H fue independizado en los predios 2H-1 y 2H-2 (PE N° 11009681) según Resolución de Alcaldía N° 604-2015-MDP/ALC, como se detalla a continuación:

Tabla 6. Detalle de distribución de terreno

INDEPENDIZACIÓN	ÁREA	PERIMETRO
Sub lote 2H-1	10,545.58 m2	770.53 ml
Sub lote 2H-2	10,288.04 m2	587.90 ml

(Fuente: Propia)

El costo total del terreno (lote matriz 2H de 20,833.62 m2) fue de US\$ 3,125,043, por lo cual el sub lote 2H-1 que corresponde al terreno donde se está construyendo el proyecto hotelero en evaluación es de 10,545.58 m2, el cual tendría un valor de US\$ 1,581,834 (US\$ 150/m2).

5.3. Servicios públicos

- *Factibilidad de Agua y Alcantarillado*

Según la Carta N°137-2016-GDU/MDP, referente a la Factibilidad de Servicios de Agua Potable y Alcantarillado, que de acuerdo a lo opinado por la Gerencia de Servicios Comunes NO existe Factibilidad para redes primarias ni secundarias para el servicio de agua potable y alcantarillado; sin embargo, se hace de conocimiento que existe pozos de agua potable que requieren de rehabilitación por cuanto el rendimiento de caudal es muy bajo, lo que no podría satisfacer la demanda requerida, por lo que también se está presentando una propuesta de convenio que se podría firmar con la Municipalidad ya que tiene un proyecto de ejecución de un Reservorio elevado con una capacidad de 1500 m3.

Debido a que como en la zona no existe un colector público, el proyecto cuenta con una planta de tratamiento de agua la cual será abastecida diariamente con el agua comprada y traída por camiones cisterna (el suministro es por un par de horas al día) y utilizar las aguas residuales tratadas para el riego de jardines.

La edificación contará con redes de desagües, que descargaran a la cámara de recolección o (bombeo), para luego descargar a la planta de tratamientos de las aguas servidas, para ser tratadas, así también se utilizará las aguas residuales tratadas para el riego de jardines.

- *Factibilidad de Luz*

Cuenta con la factibilidad de luz según el documento UGC-676-2016/PO, respecto a la solicitud de Conformidad de Proyecto Sistema de Utilización en 10/22.9KV, para la electrificación del Sub Lote 2H, emitida por Electro Dunas S.A.

El proyecto cuenta con una máxima demanda final de 600kW, esto se ha determinado conforme a la Sección 050 (Regla 05-206) del CNE Utilización y la estimación inicial de las cargas involucradas, esta demanda será cubierta por la SUBESTACION proyectada que se está incluyendo en el proyecto.

5.4. Estudio de suelos

El proyecto cuenta con un estudio geotécnico donde se presentaron las siguientes características:

Tabla 7. Resumen de estudio de suelos

Descripción	Aspectos del estudio	
Puntos de investigación	Número de puntos	
	Se realizaron 8 calicatas.	
	Profundidad Calicata C-1, C-2, C-3, C-4, C-5, C-6, C-7 y C-8	
	3.00 m.	
Estratos	Descripción de los estratos	
	Estrato 1	
	Máxima profundidad	0.90 m.
	Clasificación SUCS	Pt
	Se ha encontrado superficialmente una capa de relleno, suelo organico	
	Estrato 2	
	Máxima profundidad	3.00 m.
	Clasificación SUCS	SP
	Arena pobremente graduada, inorganica, color beige, en estado natural semicompacto, contiene canto rodado con piedra mayor de 2" y tamaño maximo de 3" en un 15%	
Capacidad portante	Cimentación superficial	1.35 kg/cm ²
Tipo de cimentación	Cimentacion superficial, con cimientos corrido, armados y conectados El suelo de soporte para la zona es arena fina pobremente graduada (SP)	
Nivel freático	No se encontró nivel freático hasta el nivel de exploración.	
Agresividad de sales y/o sulfatos	Los niveles de concentración de sales y sulfatos se encontraron en el rango severo, por lo que de acuerdo al manual de concreto ACI y la Norma Tecnica	

(Fuente: Propia)

5.5. Memoria descriptiva

El proyecto comprende los lotes 1,2 y 3 con un total de 4 bloques, distribuidos de la siguiente manera:

- *Sección de uso residencial*

Se compone de 02 lotes cuyo uso será destinado para las viviendas según se indica:

- El lote 1 se conforma por el BLOQUE ESTRIBOR que comprende 1 edificio de 5 pisos y azotea con 75 suites (15 máster suites y 60 junior suites).

- El lote 2 se conforma por el BLOQUE BABOR que comprende 1 edificio de 5 pisos y azotea con 75 suites (15 máster suites y 60 junior suites).

Ambos bloques cuentan con la siguiente distribución por nivel:

Tabla 8. Distribución por nivel de bloques de hospedajes

NIVEL	AMBIENTES
1° piso	<ul style="list-style-type: none"> - Lobby de ingreso - Baño para discapacitados - Depósito provisional de basura - 15 habitaciones tipo suite - 2 escaleras que llegan hasta el quinto piso - 2 ascensores
2° piso	<ul style="list-style-type: none"> - Un depósito general - Servicios higiénicos - 15 habitaciones tipo suite
3° piso	<ul style="list-style-type: none"> - Un depósito general - Servicios higiénicos - 15 habitaciones tipo suite
4° piso	<ul style="list-style-type: none"> - Un depósito general - Servicios higiénicos - 15 habitaciones tipo suite
5° piso	<ul style="list-style-type: none"> - Un depósito general - Servicios higiénicos - 15 habitaciones tipo suite - Una escalera hacia azotea
Azotea	<ul style="list-style-type: none"> - Área libre

(Fuente: Propia)

El proyecto cuenta con dos tipologías de suite:

a. Junior suite

Suite de un área promedio de 37 m² con 1 dormitorio con baño completo. El conjunto cuenta con 120 divididos en los dos bloques, 60 en Babor y 60 en Estribor.

b. Máster suite

Suite de un área promedio de 62 m² con 2 habitaciones (una como dormitorio y otra como sala comedor con kitchenette u otro dormitorio) con 2 baños completos. El conjunto cuenta con 30 divididos en los dos bloques, 15 en Babor y 15 en Estribor.

El proyecto en total contaría con 150 suites, 30 máster suites y 120 junior suites, y 39 estacionamientos.

- *Sección de usos comunes*

Se compone por el lote 3, el cual se conforma por 2 bloques:

- a. El bloque USOS COMUNES con 1 edificio de 3 pisos.



Tabla 9. Distribución por nivel de bloques de áreas comunes

NIVEL	AMBIENTES
1° piso	<ul style="list-style-type: none">- Hall de ingreso- Recepción- Sala de espera- Un desayunador- 2 servicios higiénicos para varones y mujeres- 1 cocina- 1 barra de atención al público- Ingreso de servicio- Despensa- Área de lockers- Depósito de basura- Servicios higiénicos para trabajadores- Lavandería- Tópico- 2 escaleras que llegan hasta el tercer piso- Ascensor
2° piso	<ul style="list-style-type: none">- Hall- Sala de reuniones con servicios higiénicos- Sala de espera- Kitchenette- Oficina- Servicios higiénicos- Administración- Comedor para trabajadores
3° piso	<ul style="list-style-type: none">- Gimnasio- 2 servicios higiénicos para varones y mujeres- Recepción- 2 saunas- Sala de masajes- Spa

(Fuente: Propia)

b. El bloque ADMINISTRATIVO con 1 edificio de 1 piso.

Tabla 10. Distribución por nivel de bloque administrativo

NIVEL	AMBIENTES
1° piso	- Ambiente de maestranza - Cuarto de grupo electrógeno - Subestación eléctrica - 2 servicios higiénicos para varones y mujeres con vestidores - Depósito general de basura - 2 servicios higiénicos para discapacitados - Garita de control y vigilancia

(Fuente: Propia)

El acceso peatonal y vehicular se da desde la futura proyección de vía que se conectará directamente con la Carretera Pisco Paracas.

- *Sección de área libre*

El proyecto cuenta con una playa para estacionamientos, piscina con bar y acceso directo a la playa privada, área de jardines, zona de parrillas y paseos peatonales.

5.6. Verificación normativa

Se realiza la verificación de que lo señalado en los planos del proyecto cumpla con la Normativa Vigente según lo establecido en el certificado de parámetros N° 021-2015-MDP/GDU emitido por la municipalidad de Paracas.

Tabla 11. Verificación normativa

PARÁMETRO	CERTIFICADO DE PARÁMETROS URBANÍSTICOS	PROYECTO
Zonificación	RDM	
Usos generales	Vivienda de densidad media, actividades comerciales y productivas	
Usos específicos	Vivienda unifamiliar, bifamiliar y/o multifamiliar, conjuntos residenciales y condominios residenciales. Comercio vecinal y zonal. Actividades comerciales y productivas compatibles con el uso residencial	Comercio vecinal y zonal
Lote normativo	El requerido por el proyecto, del mismo y de conformidad con el RNE.	10,545.58 m ²
Área Libre Mínima	30%	80.27%
Altura máxima	No indica	5 pisos
Retiro Frontal	3.00 ml	3.00 ml
Estacionamientos	20% del N° habitaciones (RNE)	39 estac.

(Fuente: Propia)





Figura 23. Planta de distribución

(Fuente: Propia)

5.7. Listado de acabados

Los acabados principales de las suites consisten básicamente en:

Tabla 12. Listado de acabados

Pisos	
Sala-comedor	Porcelanato Arena Beige 60 x 60, Cz= 10 cm h.
Dormitorios	Porcelanato Arena Beige 60 x 60, Cz= 10 cm h.
Kitchenette	Cerámico Celima Gris 45 x 45
Baños	Porcelanato Arena Beige 60 x 60, Cz= 10 cm h.
Terraza	Porcelanato Arena Beige 60 x 60, Cz= 10 cm h.
Paredes	
Sala-comedor	Tarrajeado y Pintado con supermate latex
Dormitorios	Tarrajeado y Pintado con supermate latex
Kitchenette	Tarrajeado y enchapado en porcelanato. 60 x .60
Baños	Tarrajeado y enchapado en porcelanato. 60 x .60
Terraza	Tarrajeado y Pintado con supermate latex. Pasamano de Acero Inoxidable
Puertas	
Principal	Contraplacadas con enchape de madera. Cerradura Hotelera, Bisagras Bisa Aceradas
Interiores	Contraplacadas pintadas duco. Cerradura Yale tipo bola, Bisagras Bisa aceradas
Muebles	
Kitchenette	Altos y bajos de melamine y Tablero posformado. Tiradores de Acero Inoxidable mate
Closets	Melamine. Tiradores de Acero Inoxidable mate

(Fuente: Propia)

Definido el proyecto hotelero, en el próximo capítulo se especificarán los egresos que serán generados en el proyecto durante sus etapas de pre operación y durante la operación.

CAPITULO 6: PERFIL ECONOMICO

En este capítulo se mostrará el detalle de los egresos que se presentan para las dos etapas del proyecto: pre operación del hotel, donde se consideran los gastos por el terreno, notariales, construcción, administrativos y de marketing; y durante la operación, con gastos de planilla, suministros, administrativos, etc. Con estos valores cuantificados se podrá realizar posteriormente los análisis para el proyecto en evaluación que permitirán conocer su viabilidad.

6.1. Pre operación del hotel

Durante esta etapa se evaluarán aquellos egresos que representan gastos directos e indirectos para la construcción y finalización del proyecto hotelero para su puesta en operación.

6.1.1. Inversión de proyecto

Para el proyecto hotelero se ha estimado una proyección de los gastos que se contemplarán para su ejecución, donde se ha tomado en consideración su magnitud y las habilitaciones que presentará.

Tabla 13. Egresos de proyecto hotelero

Conceptos principales		Sub-total	IGV	Total
de Terreno	Terreno	1,581,834	-	1,581,834
	Alcabala	103,497	-	103,497
	Gastos Notariales	12,000	-	12,000
	Gastos Registrales	12,000	-	12,000
	Sub-Total (1)	1,709,331	-	1,709,331
de Diseño	Arquitectura	53,861	9,695	63,555
	Estructuras y Especialidades	90,632	16,314	106,946
	Otros	3,635	654	4,290
	Sub-Total (2)	148,128	26,663	174,791
de Pre-operativos	Trámite de Anteproyecto (Municipalidad)	858	-	858
	Revisión Anteproyecto	9,051	1,629	10,681
	Trámite y Licencia Construcción	49,415	-	49,415
	Sub-Total (6)	59,324	1,629	60,953
de Construcción	Demolición	129,955	23,392	153,347
	Estructuras	1,853,530	333,635	2,187,165
	Arquitectura	1,955,510	351,992	2,307,502
	II. Eléctricas	1,110,986	199,978	1,310,964
	II. Sanitarias	206,722	37,210	243,931
	Otros	950,861	171,155	1,122,016
	Sub-Total (3)	6,207,564	1,117,361	7,324,925
de GG y Util.	Gastos Generales Constructor	427,650	76,977	504,627
	Otros (Implementación de departamentos)	1,426,853	256,833	1,683,686
	Sub-Total (4)	1,854,502	333,810	2,188,313
de Servicios	Conexiones domiciliarias	33,898	6,102	40,000
	Sub-Total (5)	33,898	6,102	40,000
de Post-construcción	Declaratoria Fabrica	174,487	31,408	205,894
	Impuesto Predial y arbitrios	618	-	618
	Otros	515	-	515
	Sub-Total (7)	175,619	31,408	207,027
de Oficina Principal	Gerencia Inmobiliaria/Construcción	105,738	19,033	124,771
	Administrativos (gastos legales)	626,444	112,760	739,203
	Publicidad (y comercialización)	162,828	29,309	192,137
	Costos proceso de ventas (Post-venta)	503,188	-	503,188
	Otros	58,713	10,568	69,281
	Sub-Total (8)	1,456,909	171,670	1,628,579
de Superv./Seguros	Seguro de Obra (CAR)	46,017	8,283	54,300
	Supervisión de obra	38,136	6,864	45,000
	Sub-Total (9)	84,153	15,147	99,300
TOTAL		11,729,429	1,703,791	13,433,220

(Fuente: Propia)

Se ha estimado una inversión de US\$ 13'433,220 para la ejecución y costos indirectos del proyecto.

6.1.2. Presupuesto de obra

Los costos de construcción que se presentan se han basado en ratios por especialidad (arquitectura, estructuras, IISS e IIEE) para proyectos de similar envergadura, que contemplan tanto construcción de viviendas como de habilitaciones

urbanas. El ratio que se contempla para el proyecto es de US\$ 579/m² considerando solo costo directo sin IGV, que representa un 70% aproximadamente de los egresos del proyecto.

Tabla 14. Presupuesto de obra

Partida	S/.	US\$	Costo/m2
Obras preliminares y seguridad	435,350	129,955	14
Estructura	6,209,326	1,853,530	204
Arquitectura	6,550,959	1,955,510	215
IISS (Instalaciones Sanitarias)	692,517	206,722	23
IIEE (Instalaciones Electricas)	3,721,804	1,110,986	122
Total de especialidades	17,609,955	5,256,703	579
IIMM (Instalaciones mecánicas)	1,978,848	590,701	
ACI (Agua contra incendio)	418,779	125,009	
Equipo de aire acondicionado	767,554	229,121	
Seguridad	20,202	6,030	
Otros (Implem. de departamentos)	4,779,956	1,426,853	
Equipamiento	7,965,339	2,377,713	
COSTO DIRECTO	25,575,295	7,634,416	
Gastos generales (5.6%)	1,432,627	427,650	
SUB-TOTAL	27,007,922	8,062,066	
IGV (18%)	4,861,426	1,451,172	
TOTAL	31,869,347	9,513,238	

(Fuente: Propia)

Para la construcción del proyecto se invertirá US\$ 9'513,238; donde para gastos "Otros" se ha considerado el amueblamiento de los departamentos (muebles de habitaciones, cortinas, lámparas y ornamentos).

6.1.3. Cronograma de obra

A partir del presupuesto anterior, se ha planteado un estimado de 28 meses para la ejecución del proyecto, que abarca desde la habilitación del terreno hasta la implementación de los departamentos.

Tabla 15. Cronograma de obra

N°	MES	PORCENTAJES		US\$	
		Parcial	Acumulado	Parcial	Acumulado
1	1° mes	1.0%	1.0%	98,985	98,985
2	2° mes	1.5%	2.5%	138,579	237,565
3	3° mes	2.7%	5.2%	257,362	494,926
4	4° mes	3.1%	8.3%	296,956	791,882
5	5° mes	3.7%	12.1%	356,347	1,148,229
6	6° mes	4.6%	16.6%	435,535	1,583,764
7	7° mes	4.2%	20.8%	395,941	1,979,705
8	8° mes	4.9%	25.7%	465,197	2,444,902
9	9° mes	4.2%	29.9%	394,799	2,839,702
10	10° mes	4.7%	34.5%	444,573	3,284,274
11	11° mes	4.9%	39.4%	462,343	3,746,617
12	12° mes	5.1%	44.5%	489,720	4,236,336
13	13° mes	3.5%	48.1%	335,867	4,572,203
14	14° mes	3.3%	51.4%	316,783	4,888,987
15	15° mes	4.6%	55.9%	433,096	5,322,082
16	16° mes	5.2%	61.1%	493,044	5,815,127
17	17° mes	4.5%	65.6%	425,463	6,240,589
18	18° mes	3.1%	68.7%	293,679	6,534,268
19	19° mes	3.6%	72.3%	341,984	6,876,252
20	20° mes	4.6%	76.9%	438,594	7,314,846
21	21° mes	5.5%	82.3%	519,102	7,833,948
22	22° mes	4.6%	87.0%	438,594	8,272,542
23	23° mes	3.8%	90.7%	359,168	8,631,709
24	24° mes	4.6%	95.4%	440,324	9,072,033
25	25° mes	1.9%	97.2%	176,484	9,248,517
26	26° mes	1.0%	98.2%	97,426	9,345,943
27	27° mes	1.0%	99.2%	95,872	9,441,815
28	28° mes	0.8%	100.0%	71,423	9,513,238
TOTAL		100%		9,513,238	

(Fuente: Propia)

En la siguiente gráfica se observa que se forma una curva S típica, donde los primeros meses proyectados contemplan las obras provisionales, habilitación del terreno y movimiento de tierras; así como, trabajos de obra de concreto armado en paralelo. Además, para los últimos meses se estiman realizar los trabajos de acabados e implementación de la planta de tratamiento y la sub estación eléctrica.

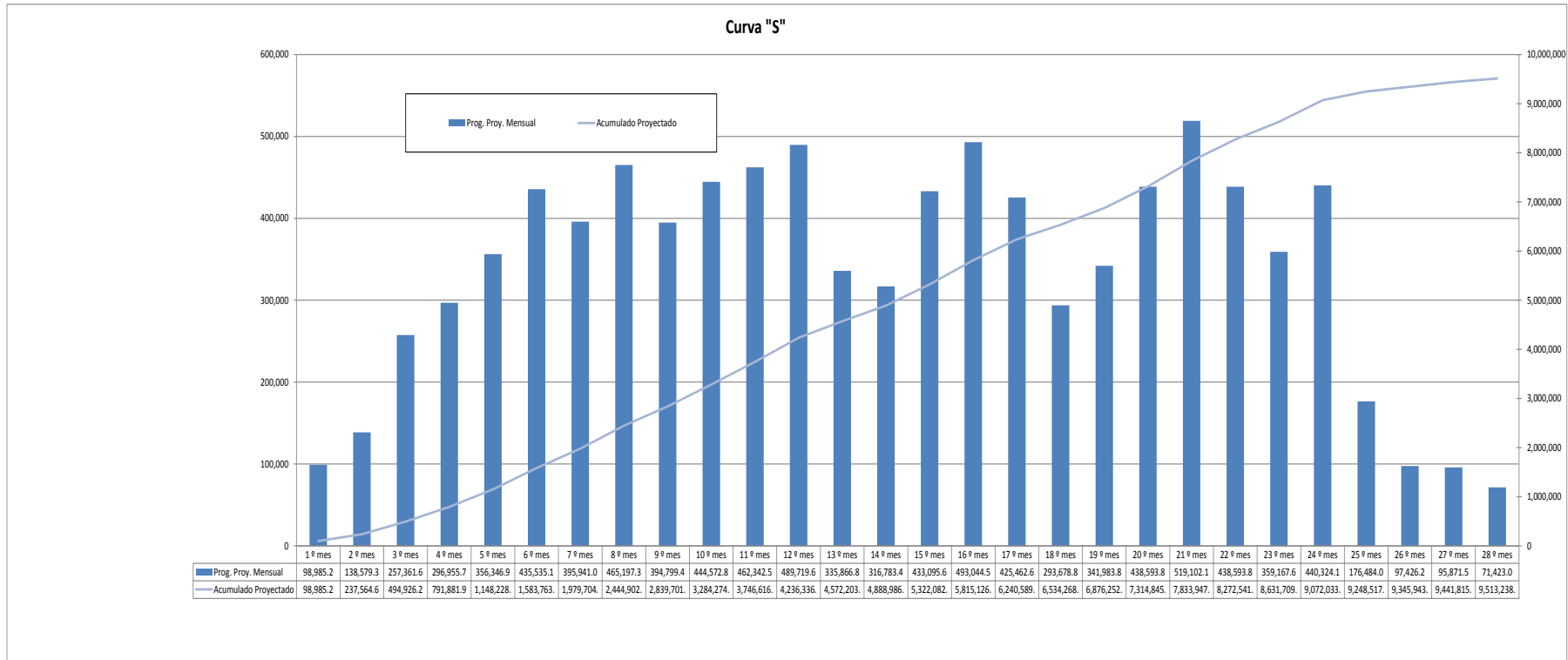


Figura 24. Curva S de obra

(Fuente: Propia)

6.1.4. Flujo de proyecto

A continuación, se presenta el flujo de egresos e ingresos anual y un detallado en mensual (Anexo 1):

FLUJO DE CAJA	FLUJO DINERO (DOLARES)	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
TOTAL INGRESOS	14,729,974	1,392,255	3,824,765	3,680,286	3,386,420	1,756,541	479,818	191,874	18,015
CUOTAS INICIALES	2,945,995	873,978	1,614,725	232,111	168,578	56,602	0	0	0
CUOTAS DE PAGOS	11,783,979	518,277	2,210,040	3,448,175	3,217,842	1,699,939	479,818	191,874	18,015
TERRENO TOTAL	1,581,834	1,406,000	175,834	0	0	0	0	0	0
ALCABALA	103,497	103,497	0	0	0	0	0	0	0
PRE OPERATIVOS+GASTOS NOTARIALES/REGISTRALES	84,953	41,692	43,261	0	0	0	0	0	0
GASTOS DE DISEÑO DE PROYECTO	174,791	120,987	53,805	0	0	0	0	0	0
CONSTRUCCION	9,513,238	237,565	3,998,772	4,835,697	441,205	0	0	0	0
SERVICIOS+SUPERVISION	139,300	33,628	58,159	47,513	0	0	0	0	0
GASTOS ADMINISTRATIVOS	863,974	35,999	431,987	395,988	0	0	0	0	0
PUBLICIDAD Y VENTAS	764,605	261,745	318,586	184,274	0	0	0	0	0
POST CONSTRUCCION	207,027	0	46,873	122,393	37,760	0	0	0	0
TOTAL EGRESOS	13,433,220	2,241,113	5,127,277	5,585,865	478,965	0	0	0	0
FLUJO DE CAJA OPERATIVO	1,296,754	-848,857	-1,302,512	-1,905,579	2,907,455	1,756,541	479,818	191,874	18,015

Figura 25. Flujo de caja

(Fuente: Propia)

6.1.5. Estado de ganancias y perdidas

Para la etapa de ventas del proyecto hotelero, primeramente, se determina el pago de IGV, a partir de los IGV disgregados obtenidos de los ingresos (9%) y de los egresos (18%).

Tabla 16. Detalle de pago de IGV

DETALLE DE DEVOLUCIÓN DE IGV	
	US\$
Ventas inc IGV	14,729,974
Ventas sin IGV	13,513,738
IGV por ventas	1,216,236
Compras inc IGV	13,433,220
Compras sin IGV	11,729,429
IGV por compras	1,703,791
Devolución IGV	-487,555

(Fuente: Propia)

Para este caso no se considera pago de IGV debido a que existe un saldo a favor, es decir un crédito fiscal. Así que para el análisis de las ganancias y pérdidas se obtendrá lo siguiente:

Tabla 17. Estado de ganancias y pérdidas

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS	Sin IGV
INGRESOS	\$ 13,513,738
EGRESOS	\$ 11,729,429
UTILIDAD BRUTA	\$ 1,784,309
UTILIDAD SOBRE LAS VENTAS	13.2%
PAGO DE IGV	S/. -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 1,784,309
IMPUESTO A LA RENTA (29.5%)	\$ 526,371
UTILIDAD DESPUES DE IMP.	\$ 1,257,938
MARGEN SOBRE LAS VENTAS	9.3%

(Fuente: Propia)

Se obtiene una utilidad bruta de US\$ 1'784,309 correspondiente al 13.2% sobre las ventas. Posteriormente aplicando los impuestos a la renta (29.5%), la utilidad obtenida es de 9.3% por US\$ 1'257,938.

6.2. Durante operación del hotel

Como se indica en el capítulo 5; la promoción, operación y administración del hotel se encontrará a cargo de una cadena hotelera internacional, la cual contará con un acuerdo contractual por un periodo de 10 años y con la posibilidad de renovarse al final de este periodo.

En esta sección se detallarán los ingresos (tales como por las habitaciones, restaurantes y otros servicios ofrecidos) y gastos (administrativos, mantenimiento, etc.) involucrados durante la puesta en operación del hotel.

6.2.1. Ingresos por alojamiento

En el capítulo 7 se detalla la tasa de ocupación proyectada para los próximos 10 años, la cual permite estimar el promedio de estadía diaria y la tarifa promedio diaria de los turistas nacionales y extranjeros.

Con estos valores definidos, los ingresos por alojamiento serán obtenidos del producto de las habitaciones disponibles anualmente, el porcentaje de tasa de ocupación y la tarifa promedio diaria. Para lo cual, el primer año en operación se obtendría:

Tabla 18. Ingresos por alojamientos

Cifras en US\$	Año 1
Tasa de Ocupación	48%
Número de habitaciones	150
Habitaciones Disponibles para el Operador	54,750
Habitaciones Ocupadas	26,523
Tarifa promedio anual en US\$	110
INGRESO POR HABITACIONES EN MILES US\$	2,928

(Fuente: Propia)

Según como se indica en la tabla, durante el primer año en operación del hotel se percibiría un total de US\$ 2'928,000 por alojamientos. El detalle para los posteriores años se presenta en el capítulo 7.

6.2.2. Ingresos por restaurante u otros servicios

Se percibirán, además, ingresos por los demás servicios que se ofrecen dentro de las instalaciones del hotel como: servicios de alimentos y bebidas en restaurante y bar, usos de gimnasio, spa y lavanderías; ya que el proyecto no solo brindará esto a los huéspedes, sino que también se permitirá el acceso al público externo.

Los ingresos para esta sección son determinados en base a porcentajes con respecto al ingreso por alojamientos, los cuales son manejados dentro un rango que han sido obtenidos en base a la experiencia de la cadena hotelera. Estos se muestran en el siguiente cuadro:

Tabla 19. Porcentaje de ingresos de otros servicios respecto a alojamiento

Rubro	%
Restaurante - bar	34.0 -36.0%
Otros servicios	
<i>Spa</i>	3.3%
<i>Gimnasio</i>	2.5%
<i>Otros</i>	1.0%

(Fuente: Propia)

6.2.3. Gastos departamentales

Los costos departamentales corresponden a los gastos generados por los departamentos (limpieza y mantenimiento), así como los servicios de restaurantes (alimentos, bebidas), gimnasio, spa, entre otros. Estos son considerados gastos directos ya que se relacionan directamente con la atención a los huéspedes.

Para este proyecto, se han considerado estos egresos de la siguiente forma:

- Para los gastos de alojamiento se está proyectando un 25% de los ingresos por año de este rubro.
- Para los gastos del restaurante se está proyectando un 40% de los ingresos por año de este rubro.
- Para los otros gastos generados de servicios adicionales como los del gimnasio, spa y lavandería, se está proyectando un 12% de los ingresos por este rubro.

6.2.4. Gastos no distribuidos

En esta sección se indican los costos generados por el personal indirecto en el funcionamiento del hotel, tales como los gastos en las áreas de administración y marketing, los cuales incluyen los salarios, aportes de ley, incentivos y beneficios laborales y sociales.

Los gastos generados por planillas son manejados por la cadena hotelera, la cual fija y regula los sueldos de los trabajadores; sin embargo, para fines del análisis se está analizando con gastos aproximados con los que ha manejado anteriormente la marca hotelera en sus otras cadenas.

6.2.5. Otros gastos

Adicionalmente a los gastos anteriormente mencionados, también se incurren en otros costos relativos al contrato con la cadena hotelera, como el uso de la marca y por gerenciamiento e incentivos.

Asimismo, se deben considerar el costo de los tributos municipales, los seguros de la infraestructura hotelera y de auditoría. También se incluyen los gastos de mantenimiento preventivos en las instalaciones del hotel.

Tabla 20. Resumen de egresos de operación de hotel

EGRESOS	DESCRIPCION	% SOBRE LAS VENTAS
GASTOS DEPARTAMENTALES		
Alojamiento	Gastos de servicios generales y articulos como: toallas, sábanas, almohadas, productos de frigobar, etc.	25.0%
Restaurantes	Gastos en productos: carnes, bebidas, utensilios de cocina, insumos para la preparación de platillos.	40.0%
Otros servicios	Gastos de servicios generales de spa, lavandería, gimnasio , entretenimientos, estacionamientos y otros	12.0%
Planillas	Se incluyen los sueldos del personal encargado de habitaciones y restaurantes; así como de los demás servicios (gimnasio, spa, etc.).	Sueldos fijos
GASTOS NO DISTRIBUIDOS		
Administración	Se incluyen los costos y sueldos para personal encargado de la administración.	Sueldos fijos
Marketing	Se incluyen los costos y sueldos para personal de marketing: asistentes y gerencia de ventas	Sueldos fijos
OTROS GASTOS		
Comisión por marca	Cargos Fee	2.1%
Comisión por Operador Hotelero Internacional	Remuneración al operador por los servicios ofrecidos (planificación y organización de la gestión administrativa, programas corporativos de mercadeo y ventas, sistemas integrados de gestión)	8.5%
Gastos Propietarios - Tributos Municipales	Pago de impuestos a municipio	Tasa fija (aprox. 0.4%)
Gastos Propietarios - Seguros	Pago de seguros de infraestructura	Tasa fija (aprox. 0.8%)
Gastos Propietarios - Auditor	Pagos a empresa auditora	Tasa fija (aprox. 0.4%)
Gastos por Mantenimiento	Pagos de mantenimiento de las instalaciones del hotel	Tasa fija (aprox. 2.2%)

(Fuente: Propia)

Teniendo las variables de egresos e ingresos definidas, se puede empezar con el análisis de la evaluación de los parámetros que permitirán conocer la viabilidad y rentabilidad del proyecto planteado.



CAPITULO 7: ANALISIS FINANCIERO

Como se indicó en el capítulo 3, para el proyecto hotelero a ejecutar se presentan dos etapas de ingresos: pre y durante operación.

7.1. Análisis pre operación del hotel

La etapa de pre operación abarca lo que es la venta de los alojamientos como unidades inmobiliarias a propietarios que se convierten en inversionistas del hotel, por lo que primero se deberá evaluar los indicadores financieros para esta etapa.

- ROS

Se determina la rentabilidad sobre las ventas o margen sobre las ventas (ROS):

$$ROS = \frac{\text{Utilidad despues de impuesto}}{\text{Ventas}} \times 100 = \frac{1'249,016}{13'513,738} \times 100 = 9.2\%$$

- ROE

Se determina la rentabilidad financiera o sobre el patrimonio (ROE):

$$ROE = \frac{\text{Utilidad despues de impuesto}}{\text{Fondos propios}} \times 100 = \frac{1'249,016}{11'729,429} \times 100 = 10.6\%$$

- VAN

El valor actual neto es un indicador financiero que mide los flujos de ingresos y egresos futuros que tendrá un proyecto, para determinar si luego de descontar la inversión inicial existe ganancia.

El procedimiento consiste en calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros. Además, se descuenta una determinada tasa o tipo de interés con la que se descuenta el flujo neto proyectado, que es la tasa de oportunidad, rendimiento o rentabilidad mínima exigida del proyecto, por lo tanto, cuando la

inversión resulta mayor que el BNA (Beneficio Neto Actualizado), es decir un VAN negativo ($VAN < 0$), es porque no se ha satisfecho dicha tasa. Cuando el BNA es igual a la inversión ($VAN = \text{cero}$) es porque se ha cumplido dicha tasa, y cuando el BNA es mayor que la inversión ($VAN > 0$), es porque se ha cumplido con dicha tasa y se puede considerar que el proyecto es viable.

$$VAN = -Inversion\ inicial + \sum_1^N \frac{Flujo\ de\ caja\ n}{(1 + tasa\ de\ interes)^n} = US\$ 32,472$$

Ecuación 6. Valor actual neto

Se ha considerado para el análisis una tasa de oportunidad del 12% anual para el proyecto hotelero. Se observa que para el proyecto la inversión produciría ganancias ($VAN > 0$) por encima de la rentabilidad, es decir el proyecto es rentable.

- **TIR**

La tasa interna de rentabilidad (TIR) corresponde a la tasa de descuento o interés para la cual el valor actual neto de una inversión sea igual a cero. Este método considera que una inversión es conveniente si la TIR resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor (tasa de descuento), y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una TIR mayor. Si la TIR es igual a la tasa de descuento, el inversionista es indiferente entre realizar la inversión o no. Si la TIR es menor a la tasa de descuento, el proyecto debe rechazarse.

$$0 = -Inversion\ inicial + \sum_1^N \frac{Flujo\ de\ caja\ n}{(1 + TIR)^n}$$

Ecuación 7. Tasa interna de retorno

De la fórmula planteada se despeja el TIR, para el caso de proyecto de estudio se obtiene un valor de 12.43%, mayor a la tasa de oportunidad. Con los valores de los indicadores financieros hallados se puede indicar que el proyecto hotelero es rentable para esta etapa de pre operación.

- **TASA DE DESCUENTO VS VAN**

A continuación, se muestra un gráfico de la variación de la tasa de oportunidad según el valor actual neto, donde se puede observar que existe una relación inversamente proporcional.

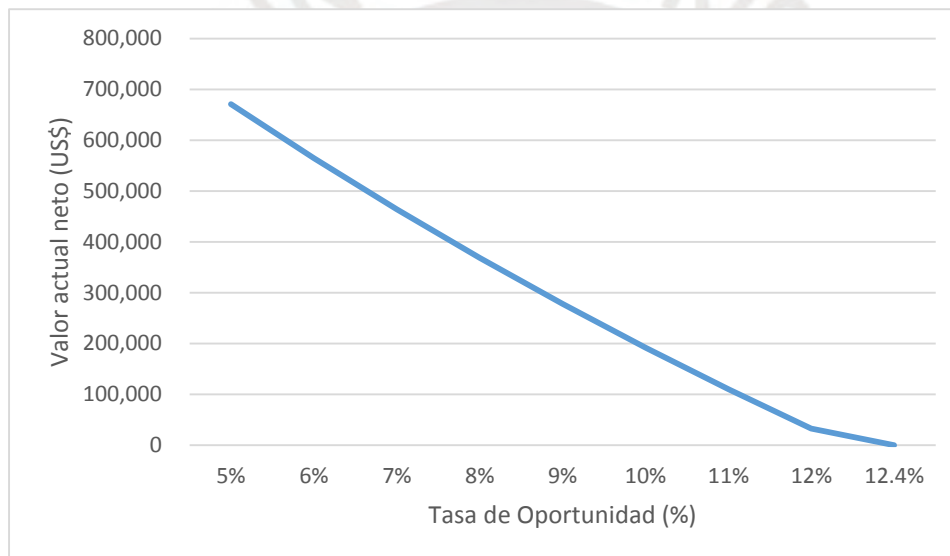


Figura 26. VAN vs Tasa de oportunidad

(Fuente: Propia)

7.2. Análisis durante la operación del hotel

En esta etapa se obtendrán los indicadores necesarios para observar si el proyecto hotelero es rentable cuando se encuentre en funcionamiento. Aquí se considerarán los ingresos y egresos generados por los alojamientos, así como los generados por los otros servicios que se ofrecen (gimnasio, restaurante, mantenimiento, etc).

- **FLUJO**

Con los parámetros definidos se ha planteado una proyección de los siguientes 10 años de funcionamiento del hotel, donde se presenta un incremento de la tasa de ocupación en los primeros tres años de 19%.

Tabla 21. Flujo proyectado de ingresos por alojamiento

Cifras en US\$	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ocupación	48%	58%	69%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%
Número de habitaciones	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Habitaciones Disponibles para el Operador	54,750	54,750	54,750	54,750	54,750	54,750	54,750	54,750	54,750	54,750
Habitaciones Ocupadas	26,523	31,562	37,559	38,123	38,123	38,167	38,167	38,167	38,167	38,167
Tarifa promedio anual en US\$	110	116	119	123	126	129	132	136	139	143
INGRESO POR HABITACIONES EN MILES US\$	2,928	3,659	4,485	4,688	4,806	4,931	5,055	5,181	5,311	5,443

(Fuente: Propia)

Del flujo se determina que se presenta un ADR con un incremento de 2 a 5% anual que va desde US\$ 110 hasta US\$ 126 (S/ 363 – 416), con un valor que comparándolo con el mercado actual oscila en un valor de S/ 421.39 por lo que presenta una tarifa competitiva para los primeros 5 años en funcionamiento.

Además, establecidos la tasa de ocupación y el ADR, se procede a obtener el REVPAR.

Tabla 22. Flujo proyectado de REVPAR

Cifras en US\$	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ocupación	48%	58%	69%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%
Tarifa promedio anual en US\$ (ADR)	110	116	119	123	126	129	132	136	139	143
REVPAR	53	67	82	86	88	90	92	95	97	99

(Fuente: Propia)

Para el proyecto se obtuvo un REVPAR proyectado de US\$ 53 hasta US\$ 88 (S/ 175 - 290) y que presenta un incremento del 25% en los primeros dos años; que es menor a comparación del REVPAR para el último año que se presentó en el Perú con un

valor de S/ 236; sin embargo, el proyecto presenta un ritmo que permite alcanzar e igualar al mercado.

Habiendo calculado los indicadores de oferta y demanda del proyecto (ADR, ocupación y REVPAR), se muestra a continuación la tabla resumen de la puesta en operación proyectada para 10 años del hotel.



Tabla 23. Cuadro de egresos e ingresos

Cifras en US\$	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ocupación	48%	58%	69%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%
Número de habitaciones	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Habitaciones Disponibles para el Operador	54,750	54,750	54,750	54,750	54,750	54,750	54,750	54,750	54,750	54,750
Habitaciones Ocupadas	26,523	31,562	37,559	38,123	38,123	38,167	38,167	38,167	38,167	38,167
Tarifa promedio anual en US\$	110	116	119	123	126	129	132	136	139	143
INGRESO POR HABITACIONES EN MILES US\$	2,928	3,659	4,485	4,688	4,806	4,931	5,055	5,181	5,311	5,443
Cifras en miles de US\$										
Ingresos x habitaciones	2,928	3,659	4,485	4,688	4,806	4,931	5,055	5,181	5,311	5,443
Ingresos x alimentos & bebidas	1,044	1,271	1,524	1,590	1,630	1,675	1,717	1,760	1,804	1,849
Ingresos otros (Telefonía, gimnasio, spa, lavandería, etc)	209	254	305	318	326	335	343	352	361	370
TOTAL INGRESOS	4,181	5,184	6,314	6,596	6,762	6,941	7,115	7,293	7,476	7,662
Gastos Departamentales (Housekeeping, insumos)	1,374	1,449	1,737	1,813	1,858	1,909	1,957	2,006	2,056	2,107
Gastos no Distribuidos (Mktg, Admin, etc.)	1,396	1,513	1,660	1,723	1,770	1,820	1,870	1,920	1,973	2,026
UTILIDAD OPERATIVA	1,411	2,222	2,917	3,060	3,134	3,212	3,288	3,367	3,447	3,529
<i>como % del Total Ingresos</i>	<i>34%</i>	<i>43%</i>	<i>46%</i>	<i>46%</i>	<i>46%</i>	<i>46%</i>	<i>46%</i>	<i>46%</i>	<i>46%</i>	<i>46%</i>
Comisión por marca	88	109	133	139	142	146	149	153	157	161
Comisión por Operador Hotelero Internacional	256	410	563	591	605	620	635	650	666	681
GASTOS POR COMISIONES AL OPERADOR	344	519	696	730	747	766	784	803	823	842
<i>como % del Total Ingresos</i>	<i>8%</i>	<i>10%</i>	<i>11%</i>	<i>11%</i>	<i>11%</i>	<i>11%</i>	<i>11%</i>	<i>11%</i>	<i>11%</i>	<i>11%</i>
Gastos Propietarios - Tributos Municipales	24	24	25	26	27	27	28	29	30	31
Gastos Propietarios - Seguros	47	49	50	52	53	55	56	58	60	62
Gastos Propietarios - Auditor	24	24	25	26	27	27	28	29	30	31
Gastos por Mantenimiento	95	115	138	144	148	152	156	160	164	168
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (UAI)	877	1,491	1,983	2,082	2,132	2,185	2,236	2,288	2,340	2,395
<i>como % del Total Ingresos</i>	<i>21%</i>	<i>29%</i>	<i>31%</i>	<i>32%</i>	<i>32%</i>	<i>31%</i>	<i>31%</i>	<i>31%</i>	<i>31%</i>	<i>31%</i>

(Fuente: Propia)

Además, considerando el sistema de marketing del proyecto, se distribuyen las utilidades entre los copropietarios dueños de las suites y la empresa propietaria de la infraestructura hotelera en un 20% y 80%, respectivamente. A continuación, se muestra lo correspondiente a cada uno según la operación proyectada.

Tabla 24. Cuadro de repartición de utilidades

<i>Distribución de Utilidades</i>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<i>Cifras en miles de US\$</i>										
Propietarios de la Infraestructura Hotelera (20%)	175	298	397	416	426	437	447	458	468	479
Propietarios de las Suites (80%)	702	1,193	1,587	1,666	1,706	1,748	1,788	1,830	1,872	1,916

(Fuente: Propia)

Con las cifras de ingresos percibidas para ambas etapas determinadas, se puede establecer el flujo de caja acumulado de toda la operación, desde pre operación hasta la de funcionamiento proyectado a 10 años, donde se obtiene lo siguiente:

Tabla 25. Flujo acumulado de operación

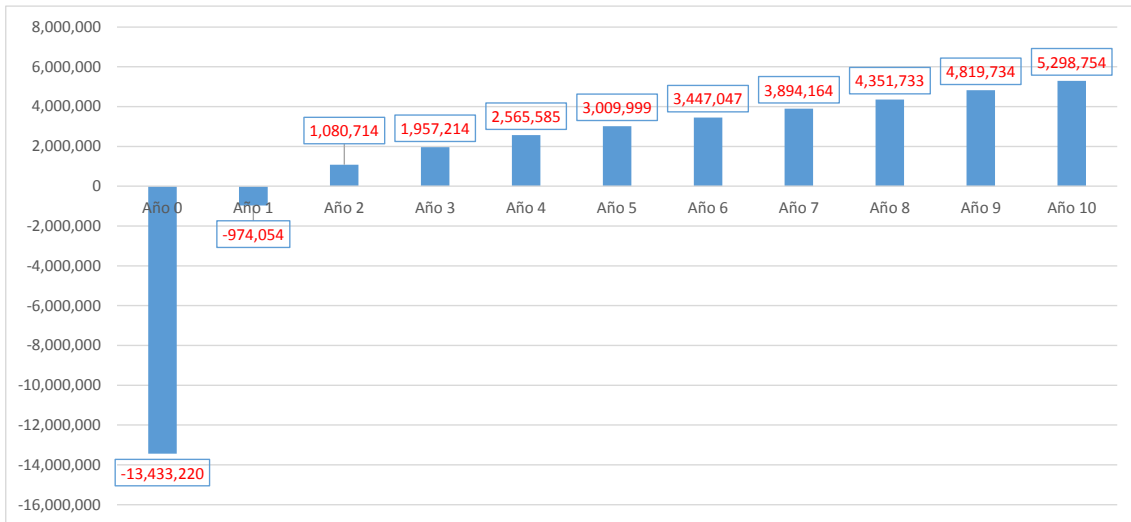
<i>Flujo acumulado</i>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<i>Cifras en US\$</i>										
Ingresos producto de servicios	175,440	298,227	396,681	416,497	426,400	437,048	447,117	457,569	468,001	479,020
Ingreso producto de ventas	12,283,726	1,756,541	479,818	191,874	18,015					
Total de flujo	12,459,166	2,054,768	876,499	608,371	444,414	437,048	447,117	457,569	468,001	479,020

(Fuente: Propia)

Para este flujo se obtienen un valor de VAN de US\$ 1'523,239 (VAN > 0), por lo que económicamente el proyecto es viable.

Además, se obtiene un valor de TIR de 19.44%, el cual es mayor a la tasa de oportunidad, lo que indica que el proyecto es rentable.

Figura 27. Flujo de caja acumulado para 10 años



(Fuente: Propia)



CAPITULO 8: COMENTARIOS Y CONCLUSIONES

En este capítulo se presenta las conclusiones del trabajo realizado, en base a los resultados obtenidos y objetivos planteados al principio; además tomando en consideración los aspectos observados en la zona estudiada.

Conclusiones:

- Se ha logrado establecer un procedimiento que permite evaluar la factibilidad y viabilidad de un proyecto hotelero para un sistema inmobiliario condominio, el cual abarca ambas etapas (pre y durante la operación) y donde se ha tomado en consideración las características del mercado a desarrollarse.
- La serie de procesos y segmentación de las partes del análisis se han planteado de manera general de modo que permite su aplicación para otros estudios de casos de este tipo de proyectos con diferentes ubicaciones, segmento objetivo y magnitud.
- Una parte importante para ambas etapas, es el indicador financiero de tasa interna de retorno (TIR) ya que demuestra y mide la rentabilidad del proyecto; además, en el caso de no cumplirse un valor adecuado del mismo, deberá reformularse la cabida de proyecto, afectando ya sea el perfil de ingresos o de egresos. Además, el proyecto al presentar una gestión de sistema inmobiliario condominio, el análisis de la TIR se deberá realizar en las etapas de pre y durante la operación; a diferencia de los hoteles con gestión tradicional donde se evalúa únicamente durante su funcionamiento.
- La importancia de conocer el entorno influye al segmento al que estará orientado el proyecto hotelero ya sea de lujo, primera clase o estándar; además

considerando que se introduce una nueva marca internacional al mercado, se debe conocer los puntos de interés del público objetivo.

- La propuesta de introducción del sistema inmobiliario condominio al mercado hotelero supone una gran ventaja al ofrecer una nueva alternativa de inversión a largo plazo para cualquier tipo de inversor, ya que presenta una propiedad como respaldo, un método simple de renta y que otorga beneficios a los compradores.
- La epidemia del COVID-19 y su impacto en el sector turismo implican que se deben realizar modificaciones y reajustes en la información recolectada y proyecciones de las mismas, ya que para los siguientes años se generará una etapa de reactivación. Los factores como tasa de ocupación, la tarifa promedio y el estudio de la competencia son los principalmente afectados y se deberá considerar la data recolectada en el presente año 2020 y dar seguimiento a los futuros meses del 2021 hasta que se establezca un periodo donde se estabilicen para realizar las variaciones necesarias.
- En relación al entorno donde se desarrolla el proyecto Paracas – Ica, se observa la predominancia de un público orientado al servicio turístico y de ocio, con clientes de nacionalidades extranjeras como nacionales, por su cercanía a las atracciones y destinos turísticos.
- Según el mercado en Paracas, se ha determinado una tarifa promedio para los segmentos de lujo en US\$ 193, para la primera clase en US\$ 165 y para la estándar en US\$ 117; los cuales han venido en aumento desde anteriores años con variaciones de hasta 4%, como se observa en el capítulo de perfil comercial. Asimismo, se ha determinado la demanda en Paracas para cada segmento según la tasa de ocupación, siendo para el sector de lujo de 49%, la

de primera clase de 45% y la de estándar de 47%, con un incremento anual de hasta 3%. Estos parámetros demuestran el constante crecimiento del mercado hotelero en el departamento de Ica y la posibilidad de presentar nuevos productos en esta área.

- Para la etapa de pre operación, se determinó un precio por metro cuadrado de las unidades inmobiliarias (habitaciones) por un valor de US\$ 2,000 (master suite) y de US\$ 2,500 (junior suite) siendo atractivas para el mercado, considerando que estas se encuentran equipadas y amobladas.
- Considerando únicamente el análisis en la etapa de pre operación, la venta de los inmuebles ha obtenido una rentabilidad favorable del 13.2% (US\$ 1'784,309) antes de impuestos.
- Tomando en consideración el análisis de la competencia, el proyecto hotelero ofrecido presenta una tarifa promedio de US\$ 110 hasta US\$ 126 para sus primeros años de funcionamiento y con una tasa de ocupación que empieza desde 48% hasta 70% para un periodo estable. Con este precio de tarifa competitiva le permite colocarse en un punto intermedio con aquellos hoteles del segmento estándar y de la primera clase, buscando captar al público de ambos segmentos del mercado.
- De lo expuesto, se resume que el proyecto es favorable y atractivo en relación al segmento al que se está ofreciendo y que se posiciona de manera competitiva en consideración al mercado actual en el que se está desarrollando. Además, la inserción de una modalidad de marketing que ofrece nuevas posibilidades al mercado de inversores, donde su capital se encuentra respaldado y con alto rendimiento.

- Sobre la rentabilidad del proyecto, se observa que para ambas etapas, pre operación y durante funcionamiento, se han presentado los parámetros de VAN positivo ($VAN > 0$) y TIR mayor a la tasa de oportunidad; 12.43% en la etapa pre operación y 19.44% en la etapa durante operación. Los valores resultantes aseguran la viabilidad y rentabilidad de la nueva propuesta de sistema inmobiliario ofrecida por el hotel.
- Además, del flujo de caja acumulado de ambas etapas, se observa que el valor de recuperación de la inversión se dará en el tercer año desde la puesta en funcionamiento del hotel. Sin embargo, variables como el ritmo de ventas de los inmuebles y la tasa de ocupación pueden afectar el tiempo de recuperación.



CAPITULO 9: BIBLIOGRAFIA

MINCETUR

- 2016 Evolución de la oferta área y hotelera. Lima, Perú.
- 2018 Nivel de satisfacción del turista nacional y extranjero que visita Ica. Lima, Perú.
- 2019 Perú: Compendio de cifras de turismo. Lima, Perú.

INEI

- 2010 Perú: Indicadores Económicos-Financieros Empresariales. Lima, Perú.
- 2019 Encuesta de ocupación hotelera. Lima, Perú.

SMITH TRAVEL RESEARCH

- 2017 Data Reporting Guidelines. Tennessee, EE.UU.
- 2017 All Inclusive Reporting Guidelines. Tennessee, EE.UU.
- 2019-2020 Global Hotel Study Report. Tennessee, EE.UU.

SERNANP

- 2005 Guía Turística Ica - Perú. Ica, Perú.

LINARES ROJAS, Manuel

- 2018 Factibilidad y planificación técnica económica y financiera de un proyecto inmobiliario. Lima, Perú.

JIMENEZ, R. & SIMUNICH, S.

2017 Desarrollo Inmobiliario de un hotel (4 estrellas). Lima, Perú.

MONTEJOS FIDEL, Mario

2015 Desarrollo inmobiliario de viviendas y el estudio de viabilidad económica de una vivienda multifamiliar en un distrito de Lima Metropolitana. Lima, Perú.

NESSUS HOTELES PERU S.A.

2019 Memoria anual 2018 Nessus Hoteles. Lima, Perú.

KALLPA SECURITIES

2018 Análisis del sector. Determinación del precio mínimo a ser tomado en cuenta por Inversiones Nacionales de Turismo S.A. (INTURSA), en la oferta pública de compra sobre las acciones comunes con derecho a voto emitidas por INVERSIONES LA RIOJA S.A. Lima, Perú.

HOTEL & TOURISM ADVISORS

2015 Reporte de Inversión Hotelera 2015 para la Sociedad de Hoteles del Perú. Lima, Perú.

AREA DE ESTADISTICAS DE TURISMO

2013 Indicadores de rentabilidad del sector hotelero. Madrid, España.

FEDERAL TRADE COMMISSION

2005 "Time and Time Again: Buying and Selling Timeshares and Vacation Plans". Washington, EE.UU.

ANEXOS

