

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO 1. DEFINICIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS	2
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	2
1.2 PREGUNTAS CLAVES A RESPONDER	2
1.3 FACTORES CRITICOS DE ÉXITO DE UNA CADENA DE HOSTALES	3
1.4 ALCANCE DEL PROYECTO	3
1.5 OBJETIVOS	3
1.5.1. Objetivo General	3
1.5.2. Objetivos Específicos	3
1.6 MARCO CONCEPTUAL	4
1.7 METODOLOGIA	5
1.8 NOMBRE DE LA CADENA DE HOSTALES	6
1.9 LOGO DE LA EMPRESA	7
CAPITULO 2. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DE LA INDUSTRIA HOTELERA Y TURÍSTICA DE NICARAGUA	7
2.1 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA	7
2.1.1 Factores Políticos	7
2.1.2 Factores Económicos	8
2.1.3 Factores Sociales	11
2.1.4 Factores Tecnológicos	12
2.1.5 Conclusiones del Análisis del Entorno	13
2.2 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA Y HOTELERA	13
2.2.1 Leyes, Decretos y Reglamentos	14
2.3. ANALISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS DEL SECTOR	16
2.3.1 Primera Fuerza: Poder de Negociación de los Clientes	16
2.3.2 Segunda Fuerza: Amenaza de entrada de Nuevos Competidores.....	16
2.3.3 Tercera fuerza: Poder de Negociación de los Proveedores	17
2.3.4 Cuarta Fuerza: Amenaza de Servicios Sustitutos.....	18
2.3.5 Quinta Fuerza: Grado de Rivalidad	18
2.4. FODA DE LA INDUSTRIA HOTELERA EN NICARAGUA	19
2.5 CONLUSIONES DEL ANALISIS DE LA INDUSTRIA	20
CAPITULO 3. ANÁLISIS DEL MERCADO	21
3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	21
3.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	21
3.2.1 Objetivo General.....	21
3.2.2 Objetivos Específicos	21

3.3 TENDENCIAS MUNDIALES DEL TURISMO Y LA INDUSTRIA HOTELERA.....	21
3.4 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO.....	22
3.4.1 Indicadores no monetarios.....	23
3.5 OCUPACIÓN HOTELERA.....	23
3.6 LOCALIZACIÓN DE LAS SUCURSALES.....	24
3.7 ANÁLISIS DE LOS COMPETIDORES.....	26
3.8 ENCUESTA.....	28
3.8.1 Definición de la Población.....	28
3.8.2 Definición de la Muestra.....	28
3.8.3 Tamaño de la muestra.....	28
3.8.4 Resultados de la Encuesta.....	29
CAPITULO 4. ANÁLISIS INTERNO Y PLAN ESTRATÉGICO DE LA CADENA DE VALOR....	33
4.1 Modelo Canvas.....	33
4.2 Cadena de valor.....	34
4.3 ANÁLISIS FODA.....	35
4.4. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES.....	36
4.4.1 Misión.....	36
4.4.2 Visión.....	36
4.4.3 Valores.....	36
4.5 OBJETIVOS DEL NEGOCIO.....	37
4.6 ESTRATEGIA COMPETITIVA.....	37
4.7 ESTRATEGIA DEL NEGOCIO.....	38
4.8 RECURSOS Y CAPACIDADES.....	38
4.8.1 Recursos Humanos.....	38
4.8.3 Recursos Organizacionales.....	39
CAPITULO 5. PLAN DE MARKETING.....	40
5.1 OBJETIVOS DE MARKETING.....	40
5.2 SEGMENTACIÓN.....	41
5.2.1 Segmentación Geográfica.....	41
5.2.2 Segmentación Demográfica.....	42
5.2.3 Segmentación Psicográfica.....	43
5.3 PROPUESTA DE VALOR PARA EL CLIENTE.....	44
5.3.1 Valor Psicológico.....	44
5.3.2 Valor Funcional.....	44
5.3.3 Valor Económico.....	45
5.4 POSICIONAMIENTO.....	45
5.5 MARKETING MIX.....	45
5.5.1 Producto.....	45
5.5.2 Precio.....	47
5.5.3 Plaza.....	48
5.5.4 Promoción.....	48
Instagram, Vimeo, Youtube, Pinterest.....	50
5.6 MARKETING INTERNO.....	51
5.7 PRESUPUESTO DE MARKETING.....	54
5.7.1 Presupuesto de Marketing para el primer año.....	54

CAPITULO 6. PLAN DE OPERACIONES	56
6.1 PROCESOS QUE INVOLUCRAN AL CLIENTE.....	56
6.1.1 Reserva.....	56
6.1.2 Entrada.....	58
6.1.3 Salida.....	59
6.1.4 Servicio de desayuno.....	60
6.1.5 Encuesta de calidad de servicio.....	60
6.1.6 Derivación de clientes.....	60
6.2 PROCESOS INTERNOS.....	61
6.2.1 Sincronización de información de reservas.....	61
6.2.2 Abastecimiento.....	61
5.6.3 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....	61
6.3.1 Equipo de trabajo.....	62
6.3.2 Descripción de Cargos y Perfiles.....	63
6.3.3 Capacitación del Personal.....	68
6.4 INDICADORES KPI.....	68
Se utilizarán los siguientes KPI en las diferentes áreas de la cadena de hostales, con el fin de medir el desempeño de ciertos factores que ayudarán a la rentabilidad del negocio.....	68
6.5 PLAN DE IMPLEMENTACIÓN.....	69
CAPITULO 7. PLAN FINANCIERO.....	70
7.1 PLAN DE INVERSIÓN.....	70
7.3 Costos Fijos.....	73
7.3.1 Remuneraciones del personal.....	73
7.3.2 Servicios básicos por sucursal.....	75
7.4 Costos Variables.....	76
7.4.1 Servicio de agua y gas.....	77
7.4.2 Desayunos.....	77
7.4.3 Costos de Mantenimiento.....	78
7.8 ANÁLISIS DE ESCENARIO.....	81
CAPITULO 8. CONCLUSIONES.....	82
BIBLIOGRAFÍA.....	83
ANEXOS.....	84