



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

CREACIÓN DE HOSPEDAJE EN EL DISTRITO DE BARRANCO

**PRESENTADA POR
BRENDA PIERINNA BERROCAL MONZÓN**

**PLAN DE NEGOCIOS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN**

LIMA – PERÚ

2018



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

La autora permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS
HUMANOS**

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

PLAN DE NEGOCIOS

**CREACIÓN DE HOSPEDAJE EN EL DISTRITO DE
BARRANCO**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

Presentado por:

Bachiller: Brenda Pierinna Berrocal Monzón

Lima – Perú

2018

RESUMEN EJECUTIVO	8
CAPÍTULO 1. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	9
1.1. Nombre o razón social.....	9
1.2. Actividad económica o Codificación internacional (CIIU)	9
1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial	10
1.4. Objetivos de la empresa, Principio de la empresa en Marcha.....	11
1.5. Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa características.....	13
1.6. Estructura Orgánica	14
1.7. Cuadro de asignación de personal.....	16
1.8. Forma Jurídica Empresarial	16
1.9. Registro de marca y procedimiento en INDECOPI	16
1.10. Requisitos y Trámites Municipales	18
1.11. Rég. Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Mod.	19
1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)	20
1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral	21
1.14. Modalidades de Contratos Laborales	22
1.15. Contratos Comerciales y Resp. civil de los Accionistas.....	23
CAPÍTULO 2. ESTUDIO DE MERCADO	24
2.1. Descripción del Entorno del Mercado	24
2.2. Ámbito de acción del negocio.....	28
2.3. Descripción del bien o del servicio.....	32
2.4. Estudio de la demanda	34
2.5. Estudio de la oferta:	45
2.6. Determinación de la demanda insatisfecha.....	52
2.7. Proyecciones y provisiones para comercializar	54
2.8. Descripción de la política comercial	57
2.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio	57
CAPÍTULO 3. ESTUDIO TÉCNICO	59
3.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes	59
3.2. Proceso y Tecnología	60
3.2.1. Descripción y diagrama de los procesos	60
3.2.2. Capacidad instalada y operativa	67
3.2.3. Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos	68
3.2.4. Infraestructura y características físicas.....	70
3.3. Localización del negocio, Factores determinantes	72

CAPÍTULO 4. ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	76
4.1. Inversión Fija.....	76
4.1.1. Inversión Tangible	76
4.1.2. Inversión Intangible	76
4.2. Capital de Trabajo	77
4.3. Inversión Total.....	77
4.4. Estructura de la inversión y financiamiento	77
4.4.1 Inversión.....	77
4.4.1.1 Inversión en activos fijos tangibles	78
4.4.1.2 Inversión en activos fijos intangibles.	81
4.4.1.3 Inversión en capital de trabajo.	82
4.4.1.4 Estructura de la inversión total.	90
4.5. Fuentes Financieras.....	90
4.5.1 Financiamiento Interno.....	90
4.5.2. Financiamiento externo.	92
4.6. Condiciones de Crédito	100
CAPÍTULO 5. ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS	101
5.1 Presupuesto de los costos	101
5.2. Punto de equilibrio	102
5.3. Estado de ganancias y pérdidas.....	103
5.4. Presupuesto de ingresos.....	104
5.5. Presupuesto de egresos	106
5.6. Flujo de Caja Proyectado	108
5.7. Balance General	111
CAPÍTULO 6. EVALUACIÓN.....	111
6.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición.....	111
6.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición.....	113
6.3. Evaluación Social.....	115
6.4. Impacto Ambiental	115
CAPÍTULO 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	115
7.1. Conclusiones	115
7.2. Recomendaciones	117
Referencias:.....	118

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas.	11
Gráfico 2: Plano distrital de Barranco.	12
Gráfico 3: Plano de ubicación de Barranco.....	12
Gráfico 4: Organigrama del hospedaje.....	16
Gráfico 5: Flujograma para obtener licencia de funcionamiento.....	19
Gráfico 6: Cadena de Valor	31
Gráfico 7: Ciclo del servicio	33
Gráfico 8: Resultado de pregunta 1	38
Gráfico 9: Resultado de pregunta 2	39
Gráfico 10: Resultado de pregunta 3	40
Gráfico 11: Resultado de pregunta 4	41
Gráfico 12: Resultado de pregunta 5	42
Gráfico 13: Resultado de pregunta 7	43
Gráfico 14: Resultado de pregunta 6	49
Gráfico 15: Resultado de pregunta 8	50
Gráfico 16: Resultado de pregunta 9	50
Gráfico 17: Resultado de encuesta para conocer la procedencia que visitan Barranco	51
Gráfico 18: Resultado de pregunta 11	52
Gráfico 19: Resultado de pregunta 12	53
Gráfico 20: Proyección de la demanda	59
Gráfico 21: Diagrama de flujo para el hospedaje	62
Gráfico 22: Diagrama de Gantt 1 sobre el proceso de ingreso al hospedaje, caso 1.	63

Gráfico 23: Diagrama de Gantt 1 sobre el proceso de ingreso al hospedaje, caso 2.	64
Gráfico 24: Diagrama de Gantt 1 sobre el proceso de ingreso al hospedaje, caso 3.	65
Gráfico 25: Proceso de check out.	66
Gráfico 26: Diagrama de Gantt 1 sobre el proceso de ingreso al hospedaje, caso 3	67
Gráfico 27: flujo de compra de paquetes turísticos con nuestra agencia de viajes aliada.	68
Gráfico 28: Diagrama de Gantt 1 sobre el tiempo que toma poder ser atendido por la agencia de viajes.	69
Gráfico 29: Primer Piso del hospedaje	73
Gráfico 30: Segundo piso del hospedaje.	74
Gráfico 31: Factores para la calificación de Matriz de procesos	75

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Beneficios de los trabajadores.	14
Tabla 2: Características de Micro y Pequeña Empresa.....	15
Tabla 3: Asignación de personal del hospedaje.....	17
Tabla 4: Requisitos y costos de Licencia de Funcionamiento.....	20
Tabla 5: Características del Régimen Especial-RER.....	21
Tabla 6: Derechos laborales comunes al régimen laboral general y régimen laboral especial de micro y pequeña empresa.....	23
Tabla 7: FODA del hospedaje.....	28
Tabla 8: Perfil estratégico de la empresa.....	32
Tabla 9: Cuadro resumen del ciclo de servicio	34
Tabla 10: Resultados Pregunta 1	38
Tabla 11: Resultado de pregunta 2	39
Tabla 12: Resultado de pregunta 4.....	41
Tabla 13: Resultado de pregunta 5	42
Tabla 14: Resultado de pregunta 7	42
Tabla 15: Fuente Perú: Arribo de visitantes extranjeros a establecimientos de hospedaje, según región. MINCETUR.....	43
Tabla 16: MINCETUR – Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes.....	45
Tabla 17: MINCETUR – Hospedajes del Perú desde 2011 – 2017.....	46
Tabla 18: MINCETUR – Análisis de plazas- camas de establecimientos por región –2011-2017.....	47
Tabla 19: Encuesta estadística mensual de turismo para establecimientos de hospedaje	48
Tabla 20: Resultado pregunta 6	48
Tabla 21: Resultado pregunta 8	49
Tabla 22: Resultado pregunta 9.....	50
Tabla 23: Resultado pregunta 11	52

Tabla 24: Resultado pregunta 12	52
Tabla 25: Proyección de la demanda insatisfecha por 5 años.....	54
Tabla 26: Demanda insatisfecha por categorías de hoteles.....	54
Tabla 27: Demanda insatisfecha por hostel	54
Tabla 28: Demanda proyectada por 5 años.....	58
Tabla 29 Proyección de la demanda	59
Tabla 30: Total Turistas Internacionales 2017, cifra preliminar.....	60
Tabla 31: Perfil del turista extranjero.....	60
Tabla 32: Resumen de actividades del primer proceso de nuestro servicio, caso 1.	63
Tabla 33: Resumen de actividades del primer proceso de nuestro servicio, caso 2.	63
Tabla 34: Resumen de actividades del primer proceso de nuestro servicio, caso 3.	64
Tabla 35: Actividades para la realización del check out.....	66
Tabla 36: Actividades para verificar el proceso de compra de paquetes turísticos.....	68
Tabla 37: Insumos para el hospedaje.....	70
Tabla 38: Servicios contratados para el hospedaje.....	71
Tabla 39: Matriz de Factores para localización.....	75
Tabla 40: Matriz de Ponderación de factores para localización.....	76

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo en el Perú ha incrementado con el pasar de los años, y según MINCETUR, este indicador aumentará ya que nuestro país se ha convertido en un gran lugar para visitar, por su gran diversidad de culturas, la gastronomía y los grandes paisajes. Por tal motivo es que el presente trabajo muestra la descripción de un plan de negocio referente a la creación de un hospedaje para poder cubrir la cantidad de turistas que estarán visitando nuestro país. Además, el 66% de los turistas visitan Lima, la capital, y de ellos, el 31% son grupo de personas que tienen vínculo de amistad o parientes sin niños, lo que permitió enfocarnos en brindar un hospedaje con categoría de hostel u albergue.

De acuerdo a la cantidad de hospedajes con dicha categoría, se planeó realizar uno ubicado en Barranco, distrito con historia en nuestra capital de Lima, con cercanía a los balnearios, restaurantes y museos. El 97% del total de turistas que visitan nuestro país, lo realizan por la cultura y al hospedarse en Barranco.

Por otro lado, se planeó una demanda de acuerdo a la cantidad de turistas extranjeros que visitan Lima y de acuerdo a ello, se realizó un sondeo para poder obtener información relevante para los planes estratégicos iniciales y futuros de nuestro plan de negocio.

Se realizó una investigación sobre los factores internos y externos que podrían influenciar en el crecimiento y posicionamiento de nuestro hospedaje en el distrito de Barranco. Se calificó según su importancia e influencia. Además, se detalla la cantidad de insumos, equipos y el personal necesario para poner en marcha nuestro negocio; que beneficios tendrán anualmente.

Por último, la inversión se realizará con dos accionistas que mejorará el porcentaje de inversión propia; y lo restante será financiado por una entidad financiera que brinde un porcentaje conveniente para el cumplimiento de los pagos futuros del financiamiento.

CAPÍTULO 1. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

1.1. Nombre o razón social

El nombre del hospedaje se relaciona directamente a como las personas deben enfocarse en sus viajes, en disfrutar, aprovechar cada momento de su día y generar recuerdos que serán increíbles contarlos en el futuro. Es por ello que se tomó la palabra disfrutar, pero lo plasmamos en el idioma latín y con ello logramos el nombre principal del hospedaje: “FROUR”.

Por otro lado, se buscó la denominación correcta para nuestra empresa y se escogió la “Sociedad Anónima Cerrada”, puede funcionar sin directorio, y se establece como mínimo con 2 socios y como máximo 20. La junta de accionista debe elegir a un gerente general para la gestión y control del negocio.

Por lo tanto, se ha llegado a completar el nombre de la empresa: “FROUR S.A.C.”

Adicionalmente, se ha verificado que no haya duplicidad en nombres de empresas en todo el Perú, y esto se ha realizado mediante una búsqueda gratuita en la página de la SUNARP (Superintendencia Nacional de los Registros Públicos).

1.2. Actividad económica o Codificación internacional (CIU)

La actividad económica de nuestra empresa se basa netamente en brindar alojamiento a las personas del extranjero y/o nacionales que deseen conocer nuestra ciudad de Lima, es por ello que según la Codificación Internacional (CIU), nuestra empresa se encuentra en la Sección I que se refiere a las Actividades de alojamiento y servicios de comidas, con el código 5510 que se dirige especialmente a las Actividades de alojamiento para estancias cortas.

A continuación, se detalla el código:

Clase: 5510 - Actividades de alojamiento para estancias cortas

Esta clase comprende el suministro de alojamiento, en general por días o por semanas, principalmente para estancias cortas de los visitantes. Abarca el suministro de alojamiento amueblado en habitaciones y apartamentos o unidades totalmente independientes con cocina, con o sin servicio diario o regular de limpieza, y que incluyen a menudo diversos servicios adicionales, como los de servicio de comidas y bebidas, aparcamiento, lavandería, piscina y gimnasio, instalaciones de recreo e instalaciones para conferencias y convenciones.

Esta clase comprende el suministro de alojamiento por estancias cortas en: hoteles, centros vacacionales, hoteles de suites/apartamentos, moteles, hoteles para automovilistas, casas de huéspedes, pensiones, unidades de alojamiento y desayuno, pisos y bungalows, unidades utilizadas en régimen de tiempo compartido, casas de vacaciones, chalets y cabañas con servicio de mantenimiento y limpieza, albergues juveniles y refugios de montaña.

No se incluye el suministro de viviendas y de pisos o apartamentos amueblados o sin amueblar para períodos más largos, en general por meses o por años; véase la división 68.

Figura 1: Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas.

Fuente: CIIU Revisión 4

El código 5510, permitirá que a nivel nacional e internacional sea aún más fácil poder identificar la actividad de nuestra empresa para fines estadísticos o de inversión.

1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

La ubicación del hospedaje se basa en las necesidades de los huéspedes y el enfoque que tendremos, es por ello que se realizará en el distrito de Barranco, que se encuentra cerca a restaurantes, lugares de diversión nocturna, museos, balnearios de Lima, que permiten que sea un lugar atractivo para poder hospedarse.

De acuerdo a la Ley N° 28976 “Ley Marco de Licencia de Funcionamiento”, que se refiere a la aprobación de la actividad del servicio de acuerdo al distrito donde se va a realizar el negocio, se debe llevar a cabo mediante un procedimiento establecido por la municipalidad.

Se ha planteado realizar el hospedaje en la Av. Almirante Miguel Grau cuadra 11 ya que es la zona comercial de Barranco según el plano distrital.

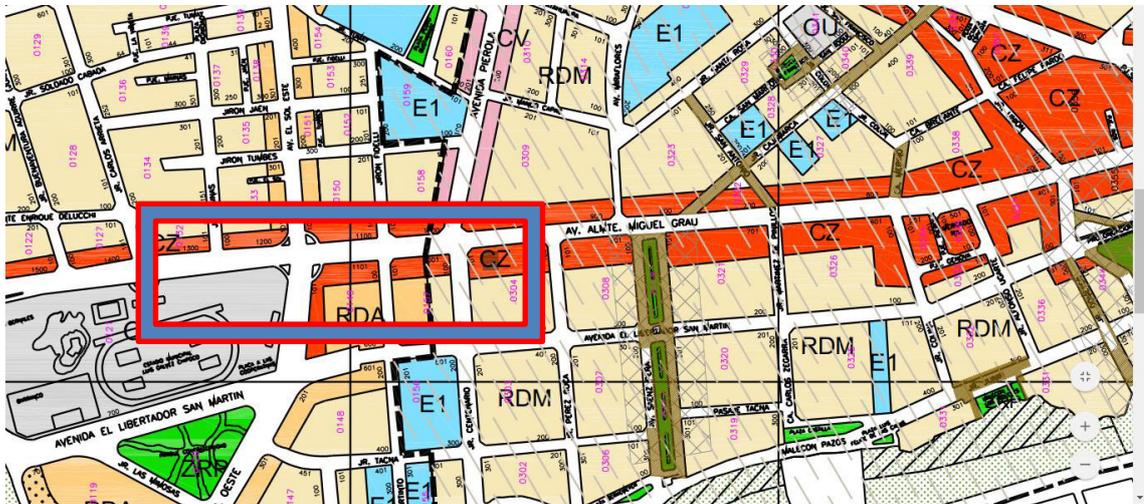


Figura 2. Plano distrital de Barranco.

Fuente: Municipalidad de Barranco.



Figura 3. Plano de ubicación de Barranco.

Fuente: Google Maps 2018.

1.4. Objetivos de la empresa, Principio de la empresa en Marcha

Se debe tener en claro los objetivos de la empresa, en tiempo presente y futuro, es por ello que se debe establecer la misión, visión y valores. Pero primero se debe tener claro cuál es la diferencia entre la misión y visión.

Según Thompson y Strickland (2001): "Lo que una compañía trata de hacer en la actualidad por sus clientes a menudo se califica como la misión de la compañía. Una exposición de la misma a menudo es útil para ponderar el negocio en el cual se encuentra la compañía y las necesidades de los clientes a quienes trata de servir". Quiere decir que la empresa debe establecer su razón de ser, qué es lo que realizará y brindará a sus clientes. Por otro lado, tenemos la visión que es un plan a futuro; es una aspiración como empresa que se desea lograr bajo una buena estrategia y toma de decisiones.

De acuerdo a lo indicado líneas arriba, hemos establecido nuestra misión y visión:

Misión:

Brindar una estadía placentera, de confianza e intercambio cultural. Además de ser un lugar seguro y divertido para todos los huéspedes.

Visión:

Ser líder en nuestro rubro y posicionarnos en las ciudades principales del Perú.

Respecto a los valores se enfoca netamente a las personas que conforman la empresa, qué nos va a caracterizar en cuanto al servicio y enfoque humano.

Valores:

Servicio: satisfacer las necesidades del cliente al momento de hospedarse.

Proactividad: nuestros empleados están enfocados a reducir el impacto de los problemas y brindar apoyo ante cualquier inconveniente a los clientes.

Amabilidad: es la clave para poder fidelizar a nuestros clientes, logrando una mejor imagen.

Respeto: apoyo ante las diferentes culturas, tradiciones y pensamiento de nuestros clientes y empleados.

Trabajo en equipo: realizar nuestras acciones conjuntamente para lograr el objetivo principal que es brindar un servicio único para nuestros clientes.

1.5. Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa características

Las MYPE tienen distintas características que se debe tener en cuenta para poder declarar los impuestos y el pago de I personal, es por ello que se detalla, a continuación, puntos importantes.

Beneficios de los trabajadores:

Tabla 1. Beneficios de los trabajadores.

Descanso vacacional	15 días por cada año de servicios
Jornada máxima	8 horas diarias o 48 horas semanales
Descanso físico semanal obligatorio	24 horas
Descanso en feriados	Régimen laboral común

Fuente: SUNAFIL

Tabla 2. Características de Micro y Pequeña Empresa

INDICADOR/RÉGIMEN	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Beneficios sociales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Remuneración Mínima Vital 2. Jornada máxima 3. Descanso semanal 4. Trabajo en sobretiempo 5. Feriados 6. Vacaciones: 15 días. Posibilidad de reducción de 15 a 7 días calendario. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Remuneración mínima vital. 2. Jornada máxima. 3. Descanso semanal. 4. Feriados. 5. Vacaciones: 15 días. Posibilidad de reducción de 15 a 7 días calendario. 6. CTS: 15 remuneraciones diarias por año completo de servicios. Tope máximo de 90 remuneraciones diarias. 7. Dos gratificaciones al año: Fiestas patrias y navidad. Equivalentes a ½ remuneración cada una. 8. SCTR a cargo de empleador. 9. Seguro de vida a cargo del empleador. 10. Derechos colectivos. 11. Derecho a participar de la utilidades.
Indemnización por despido arbitrario	Equivalente a 10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios. Tope máximo de 90 remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.	Equivalente a 20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios. Tope máximo de 120 remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.
Seguro complementario de trabajo de riesgo	No	Sí

Fuente: SUNAFIL

Un dato importante es que si nuestra empresa supera dos años consecutivos con el máximo de ventas anuales puede variar nuestro régimen. Por otro lado, al tener el régimen establecido, se debe realizar los trámites correspondientes para poder solicitar nuestro RUC y con ello solicitar nuestro USUARIO y CLAVE SOL para la inscripción de los trabajadores para las declaraciones a la SUNAT.

1.6. Estructura Orgánica

De acuerdo a nuestro rubro y a las funciones que se ha identificado, se ha realizado el siguiente organigrama para poder desglosar mediante puestos.

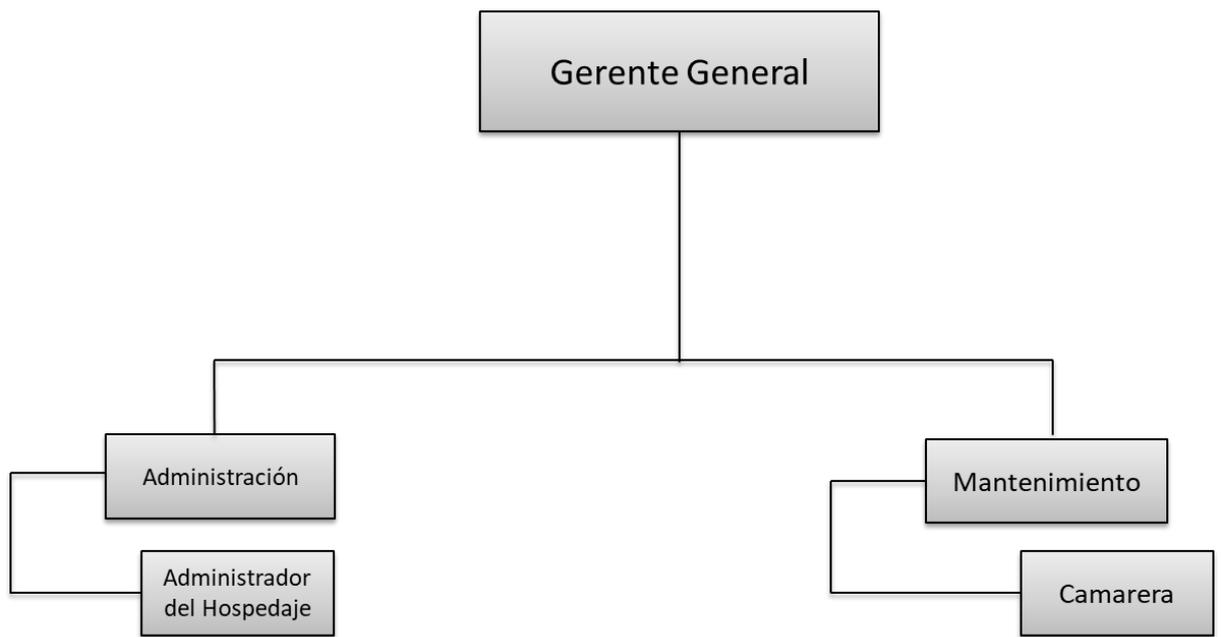


Figura 4. Organigrama del hospedaje

Fuente: Elaboración Propia

Para esclarecer las funciones por cada puesto se desglosa a continuación lo siguiente:

- a) **Gerente General:** este puesto en general se basa en la toma de decisiones, en establecer los planes estratégicos para poder alcanzar los objetivos planteados anualmente en la empresa.
- b) **Administrador del hospedaje:** personal capacitado para tener el control de todas las funciones del personal bajo su gestión. Deberá realizar un informe diario sobre el cumplimiento de las funciones y plasmar los inconvenientes para posibles respuestas anticipadas. Personal encargado de recibir y controlar la entrega de los cuartos a los clientes. Además, tener cuidado especial y control con el dinero sobre el pago por el servicio.
- c) **Camarera:** personal encargado de brindar apoyo al administrador. Servir los desayunos que se encuentran pactados en los paquetes del hospedaje.

- d) **Contador Externo:** se necesitará a una persona externa para que pueda apoyar en los puntos de pagos de tributos.

1.7. Cuadro de asignación de personal

Especificamos como serán las remuneraciones mensuales de nuestro personal.

Tabla 3. Asignación de personal del hospedaje

ITEM	CARGO	CANTIDAD	REMUNERACIÓN BÁSICA	TOTAL REMUNERACIONES	DESCUENTOS TRABAJADOR			TOTAL DESCUENTOS	ESSALUD	REMUNERACIÓN NETA A PAGAR
					ONP	AFP	IR. 5ª CAT Si pasa 7 UIT		9%	
					13%	10 %+ %Com y Seg Según AFP				
1	ADMINISTRADOR DE HOSPEDAJE	1	1,500.00	14.00	195.00	0.00	82.59	277.59	135.00	1,222.41
2	CAMARERA	1	930.00	14.00	120.90	0.00	0.00	120.90	83.70	809.10

Fuente: Elaboración Propia

1.8. Forma Jurídica Empresarial

El hospedaje es una empresa que por el momento se rige a una pequeña empresa con confidencialidad de gestión, ya que se manejará de forma privada los asuntos financieros y estratégicos. De acuerdo a ello, se escogerá la formación “Sociedad Anónima Cerrada”. Será constituido por mínimo dos accionistas, en este caso, seremos dos accionistas que realizaremos la inversión para la realización del hospedaje.

Además, un punto a favor es que el patrimonio personal está separado del patrimonio de la empresa.

1.9. Registro de marca y procedimiento en INDECOPI

La empresa realizará el registro de Marca para la debida protección ante las otras empresas a nivel nacional y, además, para el reconocimiento en el mercado. Al registrar nuestra marca nos genera valor en el tiempo, obteniendo la atención de los clientes y fidelizándolos.

Según INDECOPÍ el procedimiento para poder registrar la marca siendo una persona jurídica es la siguiente:

- Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrado).
- Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s):
Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
- Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
- De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 píxeles).
- Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen. Para saber las clases a las cuáles pertenecen los productos o servicios a distinguir, se sugiere entrar al buscador PERUANIZADO.
- Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 534.99 Nuevos Soles. Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación ubicado en el Indecopi-Sede Sur, Calle De La Prosa N° 104-San Borja, o bien realizar el pago a través de una de las modalidades que se ofrecen.

1.10. Requisitos y Trámites Municipales

Según los requisitos por la Municipalidad de Barranco, se deben presentar distintos documentos legalizados para la obtención del funcionamiento.

Para ello, existe la Ley Ley N° 28976 “Ley Marco de Licencia de Funcionamiento” que consiste en brindar el detalle de lo que se debe realizar para obtener el permiso legal.

Según la Gerencia de Desarrollo económica de la Municipalidad de Barranco estableció lo siguiente:

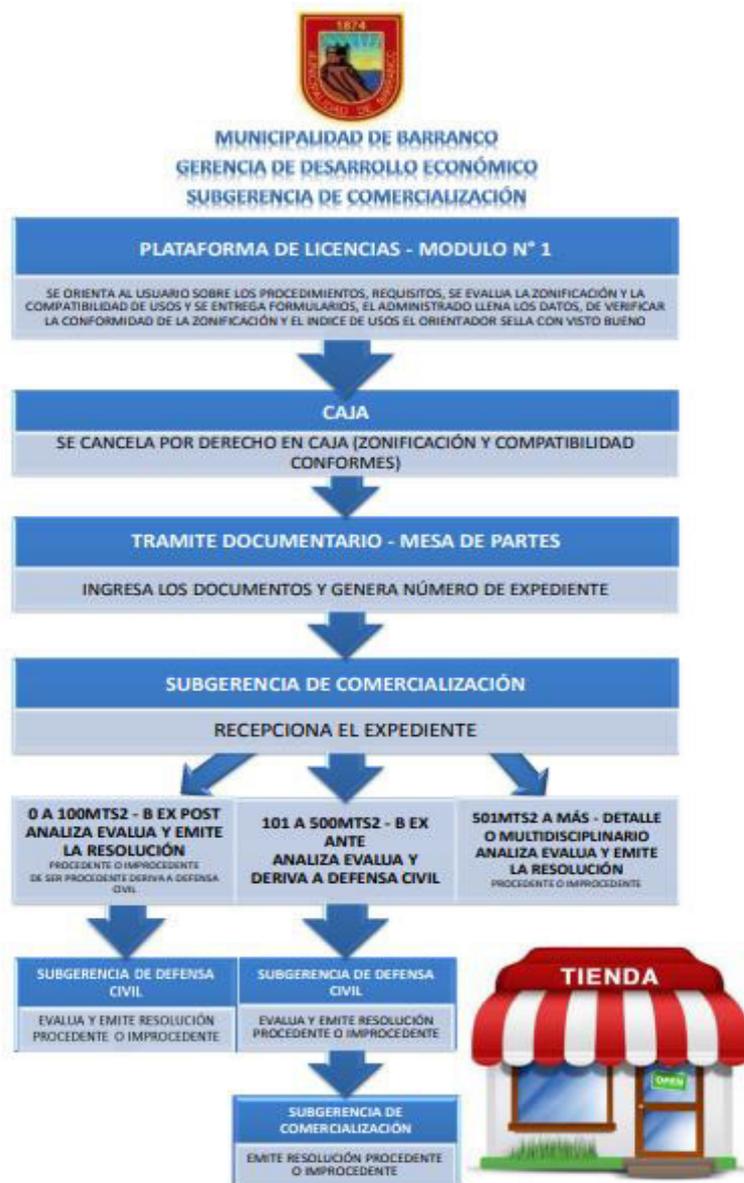


Figura 5. Flujograma para obtener licencia de funcionamiento.

Fuente: Municipalidad de Barranco.

Adicionalmente se establece detalladamente los requisitos para la obtención de la licencia.

Tabla 4. Requisitos y costos de Licencia de Funcionamiento.

REQUISITOS	PERSONA NATURAL	PERSONA JURIDICA	CESIONARIO
Solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de Declaración Jurada que incluya N° de RUC y DNI o carné de extranjería del solicitante; DNI o carné de extranjería del representante legal que actúe mediante representación.	✓	✓	✓
Carta Poder con firma legalizada en caso de representación del titular.	✓	✓	✓
Vigencia de poder en el caso personas jurídicas		✓	✓
Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad, para establecimientos hasta los 100 m2. (*)	✓	✓	✓
Certificado de Inspección Técnica de Detalle o Multidisciplinaria, para establecimientos mayores a 500 m2.	✓	✓	
Autorización con firma legalizada, del titular de la licencia de funcionamiento del establecimiento en el que se desarrollará la actividad comercial.			✓
Copia fedateada del contrato de cesión.			✓
REQUISITOS ADICIONALES **			
Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud	✓	✓	✓
Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la norma vigente, en la Declaración Jurada.	✓	✓	✓
Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que conforme a ley la requieren, antes del otorgamiento de la licencia de funcionamiento.	✓	✓	✓
Copia simple de la autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura, conforme a la Ley N° 28296, Ley General de Patrimonio Cultural de la Nación (monumento histórico, ambiente urbano monumental, zona monumental)	✓	✓	

(*) Excepto los giros de negocios como: pubs, licorerías, discotecas, bares, casinos, juegos de azar, máquinas tragamonedas, ferreterías o giros afines a los mismos, además de aquellos giros que por su desarrollo tengan que ver con el almacenamiento, uso o comercialización de productos tóxicos o altamente inflamables.

(**) Adicionalmente, de ser el caso, según la actividad a desarrollar, serán exigibles los requisitos adicionales

Fuente: Municipalidad de Barranco

1.11. Rég. Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Mod.

Según la información informada en la SUNAT, existen diferentes tipos de Régimen Tributario que debemos escoger de acuerdo a nuestras ventas anuales y de acuerdo a ello, declarar nuestros tributos con un porcentaje establecido.

Es por ello, que la empresa se registrará por el Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), que pueden incluirse empresas con enfoque al servicio

(Hospedaje) y de acuerdo a ello, se debe cumplir con estándares establecidos por la SUNAT.

Se debe pagar y declarar de la siguiente manera:

Tabla 5. Características del Régimen Especial-RER

Régimen Especial - RER	
¿Cuánto pagar?	Impuesto a la Renta mensual: cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales
	Impuesto General a las ventas (IGV) mensual: 18%
¿Cuándo declarar y pagar?	De acuerdo cronograma de obligaciones mensuales

Fuente: SUNAT

Un punto importante es que nuestros ingresos no deben superar los S/ 525,000.00 o en todo caso se debe proceder a realizar el cambio del régimen.

Se debe declarar mensualmente y no estaremos obligados a declarar anualmente.

1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

La empresa tiene como obligación declarar los ingresos y egresos de los colaboradores mensualmente en el PLAME (Planilla Electrónica), pero se debe realizar previamente el ingreso total de los trabajadores al T-Registro, que es un sistema que permite colocar datos personales, datos laborales, la remuneración, si es que se le descontará la EPS o solo estará afiliado al ESSALUD, si pertenece a la ONP o a la AFP; y con esta información relevante es como se va a poder declarar lo pagado mensualmente en el PLAME. Adicionalmente, se debe registrar los pagos de 4ta categoría y la retención de 5ta de los trabajadores.

Con el PLAME se podrá tener un control de vacaciones correctos, el correcto control de las obligaciones laborales y tributos correspondientes a nuestra empresa.

Pero para ello, hay ciertos requisitos para poder acceder a la declaración mensual, y es obtener una USUARIO Y CLAVE SOL para el T-Registro y PLAME. El trámite lo realiza un representante legal con la copia de su DNI, y la entrega de dichos datos serán personalmente en un sobre cerrado para la seguridad de estos.

1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral

El Régimen laboral Especial y General tienen características en cuanto a las obligaciones laborales que se deben cumplir con sus trabajadores.

Según el MINTRA se puede exponer lo siguiente:

Tabla 6. Derechos laborales comunes al régimen laboral general y régimen laboral especial de micro y pequeña empresa

DERECHOS LABORALES COMUNES AL RÉGIMEN LABORAL GENERAL Y RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA			
BENEFICIOS DE LOS TRABAJADORES	RÉGIMEN LABORAL GENERAL O COMÚN	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
REMUNERACIÓN MÍNIMA VITAL	Todos los trabajadores del régimen laboral de la actividad privada tienen derecho a percibir una remuneración mínima vital.		
JORNADA MÁXIMA DE TRABAJO	La jornada máxima de trabajo es de 8 horas diarias o de 48 horas a la semana como máximo. Si eres menor de edad, podrás trabajar siempre y cuando cuentes con la autorización del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y las labores no afecten tu integridad física, ni psicológica y permitan continuar con tus estudios escolares.		
DERECHO AL REFRIGERIO	Todo trabajador tiene derecho a 45 minutos de refrigerio como mínimo.		
DESCANSO SEMANAL OBLIGATORIO	Los trabajadores tienen derecho como mínimo a 24 horas consecutivas de descanso cada semana, otorgado preferentemente en día domingo. También tienen derecho a descanso remunerado en los días feriados.		
LICENCIA PRE-NATAL Y POST NATAL	Toda trabajadora gestante tiene derecho a gozar de 45 días de descanso pre-natal y 45 días de descanso post-natal. Asimismo, después tienen derecho a una hora diaria de permiso para darle de lactar a su hijo, la cual se extiende hasta cuando el menor tenga un año.		
LICENCIA POR PATERNIDAD	El trabajador tiene derecho a ausentarse del trabajo durante 4 días con ocasión del nacimiento de su hijo.		
VACACIONES TRUNCAS	Son vacaciones trucas aquellas que se dan cuando el trabajador ha cesado sin haber cumplido con el requisito de un año de servicios y el respectivo récord vacacional para generar derecho a vacaciones. En ese caso se le remunerará como vacaciones trucas tanto dozavo de la remuneración vacacional como meses efectivos haya laborado. Es preciso mencionar que para que se perciba este beneficio el trabajador debe acreditar por lo menos un mes de servicios a su empleador.		

Fuente: MINTRA.

De acuerdo a nuestro enfoque, las obligaciones laborales que tendríamos sería siendo una pequeña empresa, que es el cumplimiento de las remuneraciones mensuales, pago de las gratificaciones al año, CTS semestral, aporte a ESSALUD, además de los 15 días de vacaciones al cumplir un año de labor en nuestra empresa.

1.14. Modalidades de Contratos Laborales

Es importante que se pueda establecer un acuerdo no solo de palabra sino también en un contrato con nuestros colaboradores para poder tener transparencia en lo acordado entre las dos partes. Según la diferenciación

entre los contratos y nuestra necesidad, se ha establecido realizar contrato de Inicio o Incremento de Actividad con nuestros colaboradores.

Las características principales de este contrato es que el plazo máximo que puede celebrarse es de 5 año, a partir de ese momento se deberá establecer un contrato indefinido. Se deberá cumplir con lo establecido por el Decreto Legislativo N°728, aprobado por el Decreto Supremo N° 003-97-TR.

Adicional a este contrato, se realizará el contrato por locación de servicios, que será acordado con el personal de limpieza y personal de lavandería. Según Anna Vilela Espinosa: “se presentan, a menudo, confusiones entre el contrato de locación de servicios y el contrato de trabajo. Así, debe tenerse en cuenta que son dos contratos totalmente distintos; el primero responde a una prestación independiente, sin sujeción a la jornada ordinaria de la empresa y en la cual no existe subordinación; por tanto el locador no tiene derecho a los beneficios laborales que normalmente corresponden a un trabajador que ha celebrado un contrato de trabajo”.

1.15. Contratos Comerciales y Resp. civil de los Accionistas

Se establecerá contratos comerciales con proveedores para poder tener beneficios tanto para el negocio como para nuestros huéspedes.

Se establecerá contratos con un restaurante, una agencia de viajes y se buscará un proveedor de productos de limpieza para nuestro negocio. De alguna manera tendremos beneficios generales para el negocio.

CAPÍTULO 2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Descripción del Entorno del Mercado

Es muy importante poder identificar nuestro entorno del mercado, sea positivo o negativo y de esa manera poder establecer estrategias correctas para poder mantenernos en competencia.

Realizaremos un análisis mediante la herramienta PEST, con ella, podremos medir el potencial de nuestro mercado. La mediremos mediante cuatro aspectos: la dimensión económica, política, social y tecnológica. Según la medición y la importancia que esté dentro de nuestro negocio serán calificadas, adicionalmente tenemos que conocer la situación real de cada sub aspecto, y de acuerdo a ello, establecer estrategias.

Se ha elaborado de la siguiente manera:

	FACTORES					DIMENSIONES				INDICADORES/PREMISAS		
	Prioridad	Ponderación	Calificación		Contribución	Ponderación		Contribución				
DIMENSIÓN ECONÓMICA	Importancia (1 al 9)	Peso de Factores (%)	(1.00 al 4.00)			Peso de Dimensión (%)						
1 PBI	2	20%	x	1	=	0.2				Reducción del PBI	BCR redujo estimado de crecimiento del PBI para el 2018	
2 Sobrecostos Laborales	2	20%	x	1	=	0.2				Aumento de la RMV	Ante el cambio presidencial se estableció el incremento del RMV a partir de Abril 2018	
3 Tipo de Cambio	3	60%	x	2	=	1.2				Baja de TC	Por baja presidencial el precio del dólar baja	
TOTAL DIMENSIÓN		100%			Calificación Dimensión	1.6	x	17%	=	0.27		
DIMENSIÓN POLÍTICA												
1 Estab Política	5	25%	x	3		0.75					Incertidumbre Política	Cambio de Presidente de la Republica
2 Estab Normas Laborales	4	20%	x	2		0.4					Inestabilidad laboral	Leyes no están correctamente establecidas para el debido pago a los trabajadores
3 Riesgo País	7	35%	x	4		1.4					Incremento del riesgo país	Perú subió a 1.31 puntos de riesgo país
4 Conv Internacionales	4	20%	x	2		0.4					Nuevo TLC	TLC entre Perú y Australia entrará en vigencia en mediados del 2018
TOTAL DIMENSIÓN		100%			Calificación Dimensión	2.95	x	35%	=	1.03		
DIMENSIÓN SOCIAL												
1 Disp Mano de Obra	2	15%	x	2		0.3					Escasez de Mano de Obra Calificada	Crecimiento del emprendimiento en el Perú aumenta la búsqueda de personal calificado
2 Seguridad Interna	5	70%	x	3		2.1					Aumento de delincuencia	Al aumentar la delincuencia en el País generara posible disminución de turismo
3 Estab Social	2	15%	x	2		0.3					Progreso social	Perú se encuentra en el puesto 49 de 133 países dentro del índice de progreso social
TOTAL DIMENSIÓN		100%			Calificación Dimensión	2.7	x	22%	=	0.59		
DIMENSIÓN TECNOLÓGICA												
1 Sistemas de Información	4	45%	x	3		1.35					Acceso a páginas	Libertad en uso de páginas
2 Comunicaciones	4	45%	x	3		1.35					Aumento de uso de celulares	Al aumentar el uso de celulares, incrementará el uso a internet
3 Innovación	1	10%	x	1		0.1					No existe innovación	Se ha mejorado pero sin lograr innovación
TOTAL DIMENSIÓN		100%			Calificación Dimensión	2.8	x	26%	=	0.73		
TOTAL MACRO ENTORNO							TOTAL	100%	Evaluación	2.63	Macro Entorno	

Calificación	Condiciones del entorno	Enfoque estratégico	Endeudamiento
La calificación obtenida: 2.63 = 3.00	Se ha identificado varios aspectos positivos para establecer el negocio con un riesgo menor en el mercado.	Realizaremos un enfoque tecnológico para poder obtener mayor cantidad de clientes.	Aumento de endeudamiento para establecer estrategias.

De acuerdo al análisis realizado se ha podido identificar dos aspectos importantes que influyen en gran proporción a nuestro negocio, que es el político y tecnológico. Pero nos podemos encargar tan solo de uno, del cual podemos dar cambios positivos mediante un enfoque distinto.

Estrategia:

Queremos captar la atención de las personas mediante publicidad en redes sociales, también crearemos una aplicación para que pueda ser aún más fácil conocer sobre nuestro hospedaje, qué beneficios pueden tener al estar con nosotros, y lo que podrán conocer en Lima, entre otras ciudades del Perú.

Análisis:

Al tener libertad de poder navegar en páginas de internet, y el aumento de personas con el uso de celulares, ya que para poder obtener uno, las entidades de comunicación brindan facilidades; podremos realizar nuestras estrategias sin ningún inconveniente. Lograremos captar la atención de una gran parte de los clientes.

Por otro lado, es importante identificar las oportunidades, amenazas, fortalezas y amenazas (**FODA**)

Tabla 7: FODA del hospedaje

MATRIZ FODA CRUZADO	Oportunidad	Amenaza
	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión y crecimiento del sector hotelero en el Perú • Evolución de la oferta aérea • Incremento del turismo en el Perú 	<ul style="list-style-type: none"> • Incertidumbre en el Perú por cambio de Presidente • Aparición de nuevos competidores con precios más atractivos y/o infraestructuras más modernas • Problemas de seguridad
<p>Fortaleza</p> <ul style="list-style-type: none"> • Precios accesibles • Flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado • Poca competencia con nuestra idea de negocio 	<p>Realizar estrategias para poder establecernos en el mercado de la hotelería.</p>	<p>Implementar valor agregado para la diferenciación con la competencia. Enfocarnos en brindar seguridad para nuestro negocio.</p>
<p>Debilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solo una sede en el Perú • Ingreso al mercado por primera vez • Falta de experiencia de los empleados • Carencia de marca reconocida en el mercado 	<p>Implementar estrategias tecnológicas para poder captar clientes y dar a conocer el nombre de nuestro hospedaje.</p>	<p>Establecer convenios con agencias de viajes, restaurantes. Realizar capacitaciones para el personal destacado en nuestro hospedaje.</p>

Elaboración Propia

Se puede concluir que al realizar nuestro negocio en el mercado, habrá inconvenientes por ser reconocidos o por el enfoque externo, que ha habido cambios políticos que generan incertidumbre para la inversión extranjera. Pero, de acuerdo a estos puntos debemos realizar estrategias para poder tener crecimiento en el transcurso de los años.

2.2. Ámbito de acción del negocio

Para poder tener identificado a qué estaremos enfocados, cómo está nuestro mercado y de acuerdo a ello, poder generar estrategias futuras para el éxito de nuestro hospedaje, debemos realizar tres puntos importantes: las 5 fuerzas de Porter, la cadena de valor y el perfil estratégico de la empresa.

a) 5 Fuerzas de Porter

Se basa directamente en el perfil actual de la empresa, conocer la rentabilidad a largo plazo, las ventajas y amenazas que existe en el mercado.

Amenaza de la entrada de los nuevos competidores

Al tener nuevo ingreso de competidores con un valor agregado podría poner en desequilibrio a nuestro hospedaje, pero en caso que no estuviéramos enfocados en la innovación y el bienestar humano. Al tener nuevos competidores y ver la proyección de la llega de turistas al Perú, estaríamos cumpliendo con la demanda. Por otro lado, nuestro hospedaje será uno de los pocos ubicados en Barranco, logrando con ello, una gran diferenciación.

Poder de negociación de los proveedores

Nuestro hospedaje tendrá convenios con una agencia de viaje y dos restaurantes, con ello podremos brindarles facilidades para compra de paquetes a distintos lugares del Perú y además, podrán degustar comida peruana en los restaurantes. Con ello, tendremos a nuestros huéspedes realmente satisfechos con los beneficios brindados por el hospedaje.

Poder de negociación de los compradores

El precio de los cuartos del hospedaje estarán realmente accesibles para la atracción de los clientes; lo importante es brindarles la opción de visitar Lima y tener una estadía en un distrito con historia con mayor

facilidad. Se realizarán promociones por ciertas temporadas lo que generará valor agregado ante cualquier competencia. El mercado tiene aproximadamente 5 o 6 hospedajes con la temática de nuestro hospedaje, con un buen posicionamiento en el mercado.

Amenaza en tus ingresos por productos sustitutos

En caso que otras empresas de servicio brinden servicio de estadía como por ejemplo, casa hospedaje, alquiler de cuartos, apertura de nuevos hoteles con precios realmente bajos; nuestro hospedaje estará preparado realizando publicidad enfocada para la obtención de los clientes y fidelizarlos para posibles medios de comunicación interna entre ellos.

Rivalidad entre competidores

Existirá competencia directa con los siguientes hospedajes que ya se encuentran posicionados en el mercado, Lokki, Pariwana, Kokopelli, Flying Dog Hotel, Eurobackpackers Hotel, Che Lagarto Hostel Lima. Son diferentes hospedajes que se encuentran en su mayoría en Miraflores.

b) Cadena de valor

Se establecerá esta herramienta para identificar las áreas y departamentos para la empresa, y como se enfrentará ante la competencia.

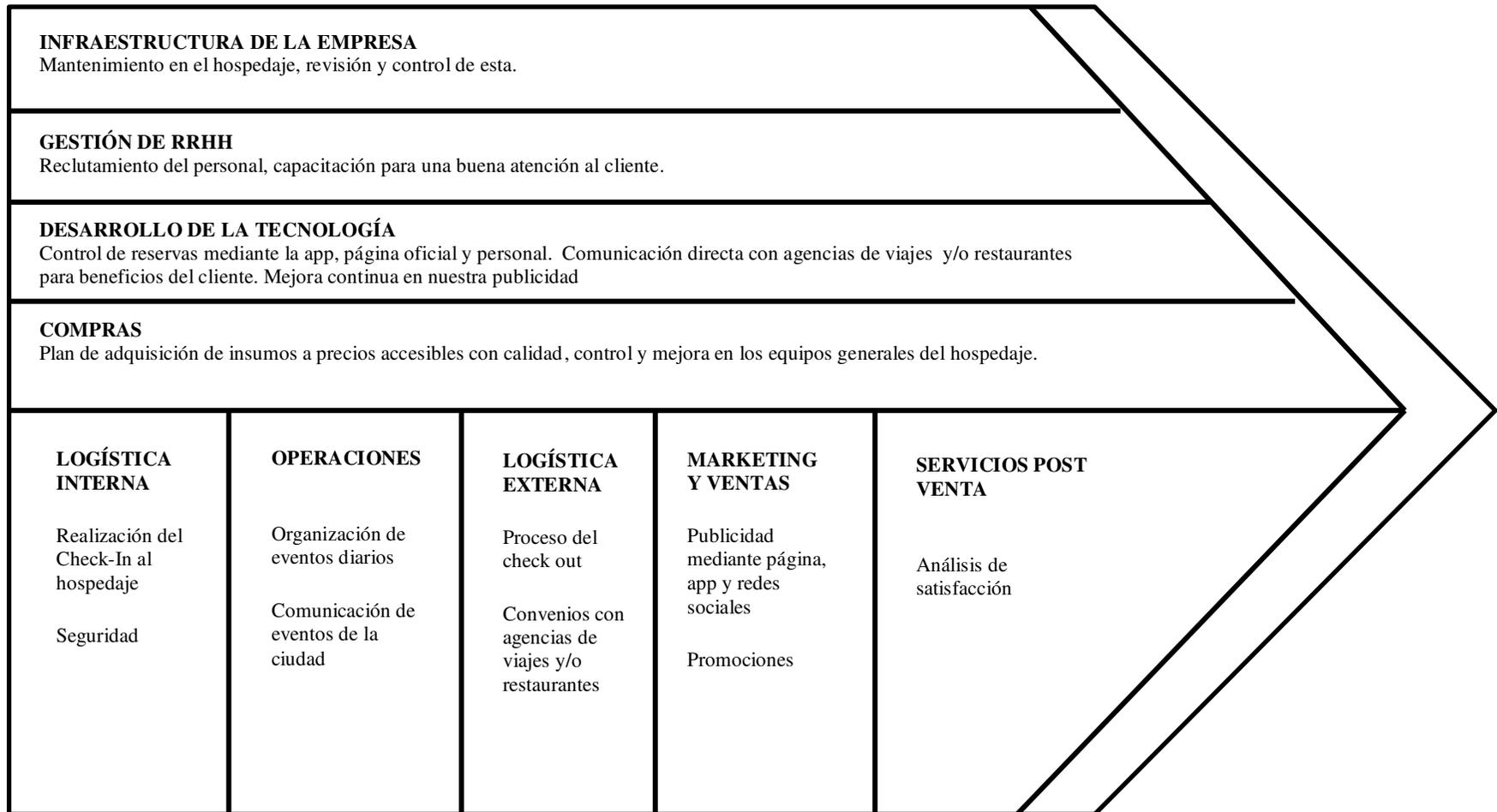


Gráfico 6: Cadena de Valor
 Fuente: Elaboración propia

c) Perfil estratégico de la empresa

Tabla 8: Perfil estratégico de la empresa

	MN	N	E	P	MP
Área Comercial Imagen de la marca Publicidad y promoción					
Área Social Intercambio cultural Clima Redes Sociales Expansión turística					
Área Política Estabilidad del Gobierno Riesgo País Convenios Internacionales					
Área Tecnológica Aplicaciones tecnológicas Comunicación interna Desarrollo Tecnológico					
Recursos Humanos Capacitaciones al personal Clima laboral Evaluación y mejoras					
Dirección y Organización Cultura Estructura organizativa					

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede verificar en nuestro perfil, es que ante el aspecto Comercial, no estamos posicionados en el mercado pero tendremos acciones para poder contrarrestarla. Por otro lado, el aspecto social que es importante tenerlo identificado, es que nuestro hospedaje permitirá un intercambio cultural y que los turistas podrán aprovechar nuestros beneficios mediante nuestras páginas en redes sociales y la página oficial. Además con una cultura y estructura organizativa correctamente establecida, podremos realizar mejoras continuas tanto en nuestro servicio como con nuestros colaboradores.

2.3. Descripción del bien o del servicio

El hospedaje estará ubicado en Barranco, cerca de la plaza, lugares turísticos y balnearios de Lima, logrando que los huéspedes puedan tener disponibilidad y facilidad para conocer los lugares mencionados. Por otro lado, el enfoque que tendremos será en el intercambio cultural, en disfrutar la estadía como si estuvieran en casa y disfrutar de las actividades diarias que tendremos.

El hospedaje estará dividido en distintos espacios como por ejemplo, una cocina para que puedan usarla para poder realizar una merienda, una amplia sala para poder compartir momentos e ideas, un jardín con un bar para poder realizar las actividades recreativas y de esa manera que los huéspedes puedan disfrutar al aire libre.

Las habitaciones serán simples pero cómodas para una estadía única; dispondrá de WIFI libre, atención disponible de nuestro administrador del hotel para cualquier consulta y/o apoyo. La limpieza y la seguridad será prioridad para nuestro hospedaje.

La reserva se puede realizar un mes antes o más, logrando que los huéspedes tengan la confirmación de su estadía en el hospedaje. Adicionalmente, pueden conocer las múltiples actividades que pueden realizar en Lima y/o provincias, el itinerario del hospedaje y con quienes tenemos convenios para que puedan obtener paquetes con precios accesibles para sus actividades.

Podemos tener más claro cómo será nuestro servicio mediante nuestro ciclo y momentos de la verdad.

Ciclo del servicio

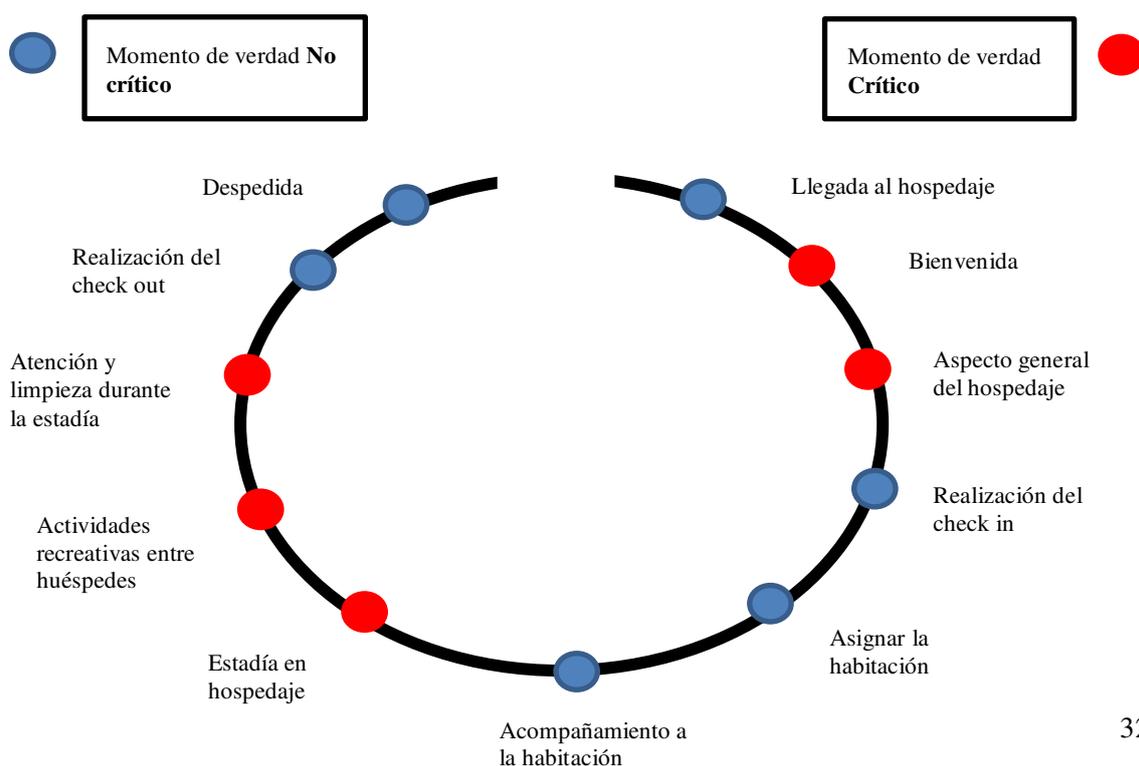


Tabla 9: Cuadro resumen del ciclo de servicio

Elementos del Ciclo	Llegada al hospedaje	Bienvenida	Aspecto general del hospedaje	Realización del Check in	Asignar la habitación	Acompañamiento a la habitación	Estadía en hospedaje	Actividades recreativas entre huéspedes	Atención y limpieza durante la estadía	Realización del check out	Despedida
Recursos Humanos	Se brindará al detalle de cómo llegar al hospedaje. Un personal estará a la espera de la llegada.	El administrador del hospedaje recibirá a los huéspedes.		La recepcionista brindará la llave a los huéspedes y los beneficios que tendrán.	La recepcionista indicará en qué lugar estará su habitación	El administrador del hospedaje acompañará a los huéspedes.	El personal estará pendiente ante cualquier inconveniente de los huéspedes.	El administrador estará colocando todas las actividades diarias en una pizarra y en la app.	Las encargadas de Limpieza y lavandería realizarán todas las actividades.	Realizar el check out con nuestra recepcionista.	Despedida por nuestro administrador del hospedaje.
Equipos	Mediante la aplicación brindaremos la opción que puedan llegar sin inconvenientes.	-	Todo el hospedaje debe estar impecable para la llegada de los huéspedes.	Todo check in será realizado por nuestra computadora, con firmas digitales para evitar papeleos.	Habitación reservada por nuestra app, e indicado en nuestra pizarra general.	-	Todos los equipos deben estar bien, sin ningún problema.	Mantener actualizada nuestra aplicación.	Comprar insumos semanales para la limpieza del hospedaje.	Todo realizado con nuestra computadora.	Brindarles la opción de encuesta de satisfacción mediante nuestra app.
Activ. De contingencia	Si tuvieran algún problema, podrán reportarlo por nuestra app.	-	Al tener a 2 personas encargadas de limpieza y 1 de lavandería, podremos tener limpio el hospedaje.	Indicar a los huéspedes dos semanas antes de su llegada, que su reserva está correcta.	Todo está reservado con nuestra tecnología, el margen de error es mínimo.	-	Ante cualquier inconveniente, estará atento nuestro administrador, o será reportado por cualquier persona.	Tener organizado todo con un mes de anticipación.	Tener un cronograma para el horario de limpieza.	Tener correctamente establecido el horario de check out.	-

Fuente: Elaboración propia

2.4. Estudio de la demanda

Para establecer correctamente la demanda de nuestro plan de negocio se ha realizado un estudio de acuerdo de a la población que viene del exterior a la ciudad de Lima. El dato aproximado fue obtenido de un estudio realizado por Mincetur, donde indicó un aproximado que en el año 2017 visitarán Lima un aproximado de 3, 549,298 personas, de acuerdo a ello se pudo elaborar la fórmula estadística con los siguientes datos:

$$n = \frac{NZ^2 p (1-p)}{(N-1) e^2 + Z^2 p (1-p)}$$

Donde:

N = Tamaño de la población.

Z = Nivel de confianza.

P = Proporción de respuestas afirmativas.

e = Error estándar.

Plasmando nuestros datos obtenidos, se puede indicar lo siguiente:

N= 3549298

z= 1.645

p=50%

q=50%

e= 5%

$$n = \frac{NZ^2 p (1-p)}{(N-1) e^2 + Z^2 p (1-p)} \rightarrow \begin{array}{|l} n= 270.58 \\ n= 270 \end{array}$$

Se realizó 270 sondeo a personas que residen en el extranjero y están visitando la ciudad de Lima, se pudo realizar estas en el distrito de Barranco y Miraflores, ya que son los dos lugares con mayor movimiento de turistas.

Sondeo

1. Género: (Demanda)

- a) Masculino
- b) Femenino

2. Edad (Demanda)

- a) Entre 18 y 24 años
- b) Entre 25 y 30 años
- c) Entre 31 y 36 años
- d) Entre 37 años a más

3. ¿De qué país/ciudad proviene? (Demanda)

4. ¿Cuál es su ocupación? (Demanda)

- a) Estudiante
- b) Empleado
- c) Independiente
- d) Otros _____

5. ¿Cuánto tiempo se quedará en Lima? (Demanda)

- a) Entre 3 a 5 días
- b) Entre 5 a 7 días
- c) Entre 8 días a más

6. ¿Qué servicios complementarios usted toma en cuenta para hospedarse en un hotel? (Valor agregado)

- a) Lavandería
- b) Actividades Recreativas
- c) Wifi libre
- d) Convenios con agencias de viajes

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una habitación? (Precio)

- a) De 35 a 50 soles por noche
- b) De 55 a 70 soles por noche
- c) De 75 a 85 soles por noche
- d) De 90 a más por noche

8. ¿Conoces el distrito de Barranco? (Punto de Venta)

- a) Si
- b) No

9. ¿Te gustaría hospedarte en un alojamiento ubicado en Barranco? (Punto de Venta)

- a) Si
- b) No

10. Se creará un hospedaje pero estamos en busca de un nombre atractivo, ¿cuál le parece más interesante? (Marca – Competencia)

- a) ENJOY IT
- b) FROUR
- c) CHILL OUT
- d) OTRO: _____

11. ¿Por qué medios tecnológicos conoces y reservas los hospedajes para tus viajes? (Canales de Comercialización)

- a) Trivago
- b) Booking.com
- c) Hostelworld
- d) Airbnb
- e) Hoteles.com

12. ¿Te gustaría que el hospedaje tuviera una app para poder reservar, ver noticias de la ciudad, eventos que se realizan dentro y fuera del hospedaje, entre otros? (Canales de Comunicación)

- a) Si
- b) No

Para conocer nuestra demanda con el pasar del tiempo debemos establecer dos escenarios distintos de acuerdo a fuentes primarias y secundarias. Nuestras fuentes primarias serán de acuerdo a información encontrada en internet, documentos publicados, etc. Y nuestras fuentes secundarias serán los resultados del sondeo.

Los resultados obtenidos son:

Pregunta 1: Género: (Demanda)

Se realizó esta pregunta para poder conocer la el género de las personas que vienen a visitar nuestra ciudad, de acuerdo a ello, podremos saber a quienes estaríamos enfocados.

Tabla 10: Resultados Pregunta 1

Opciones	Detalle	Total
Opción A	Masculino	149
Opción B	Femenino	121
TOTAL		270

Fuente: Elaboración propia

P1. Género

■ Opción A Masculino ■ Opción B Femenino

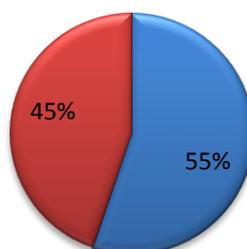


Gráfico 8: Resultado de pregunta 1

Fuente: Elaboración propia

Se puede conocer que según el estudio realizado el mayor porcentaje de personas extranjeras que visitan Lima son hombres, ya que tienen un 55% del total del sondeo realizado. Por otro lado, las mujeres tan solo tienen un 45% del total.

Pregunta 2: Edad (Demanda)

Esta pregunta es muy importante para nuestra investigación, ya que nos permite conocer la edad promedio de las personas que visitan nuestra ciudad de Lima, esto conlleva a tener un valor aproximado de cuantas personas estarían dispuestas a tener una estadía en nuestro hospedaje de acuerdo a nuestras características.

Tabla 11: Resultado de pregunta 2

Opciones	Detalle	Total
Opción A	Entre 18 y 24 años	26
Opción B	Entre 25 y 30 años	107
Opción C	Entre 31 y 36 años	92
Opción D	Entre 37 años a más	45
TOTAL		270

Fuente: Elaboración propia

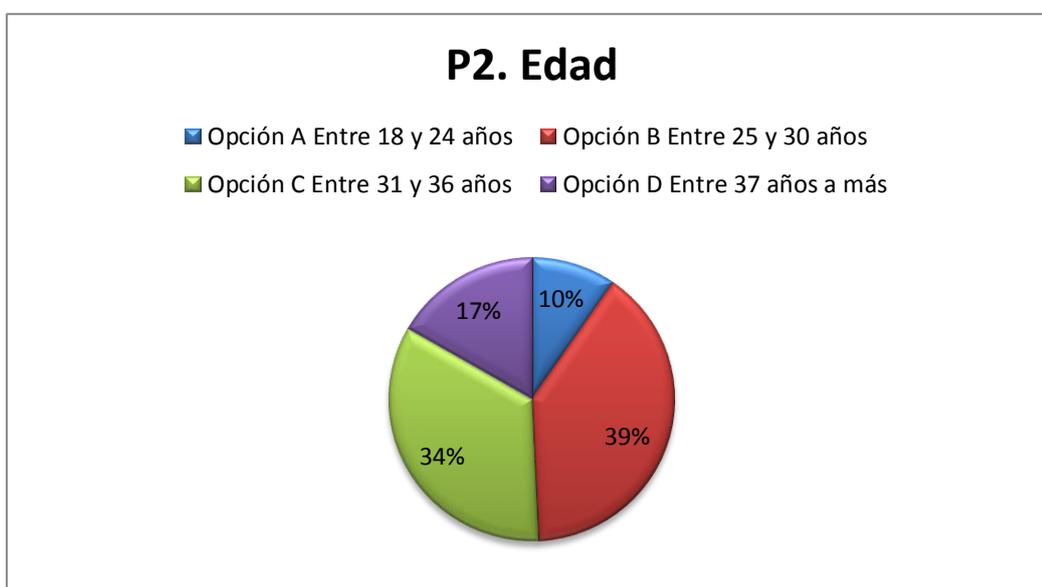


Gráfico 9: Resultado de pregunta 2 Fuente: Elaboración propia

Del total de los turistas, el rango de edad que tienen las personas y vienen a vacacionar a Lima, son personas entre 25 y 30 años, con un 39%. Por otro lado, el rango de 31 a 36 años, se estableció con un 34%. Esto quiere decir que nuestro hospedaje tendrá que enfocarse directamente entre las personas con una edad promedio de 21 años a 35 años aproximadamente.

Pregunta 3: ¿De qué país/ciudad proviene?

Se necesita establecer esta pregunta para poder identificar de qué países vienen a visitar la ciudad de Lima, donde podremos tener con más claridad donde podremos realizar la publicidad conveniente. Se pudo obtener lo siguiente:

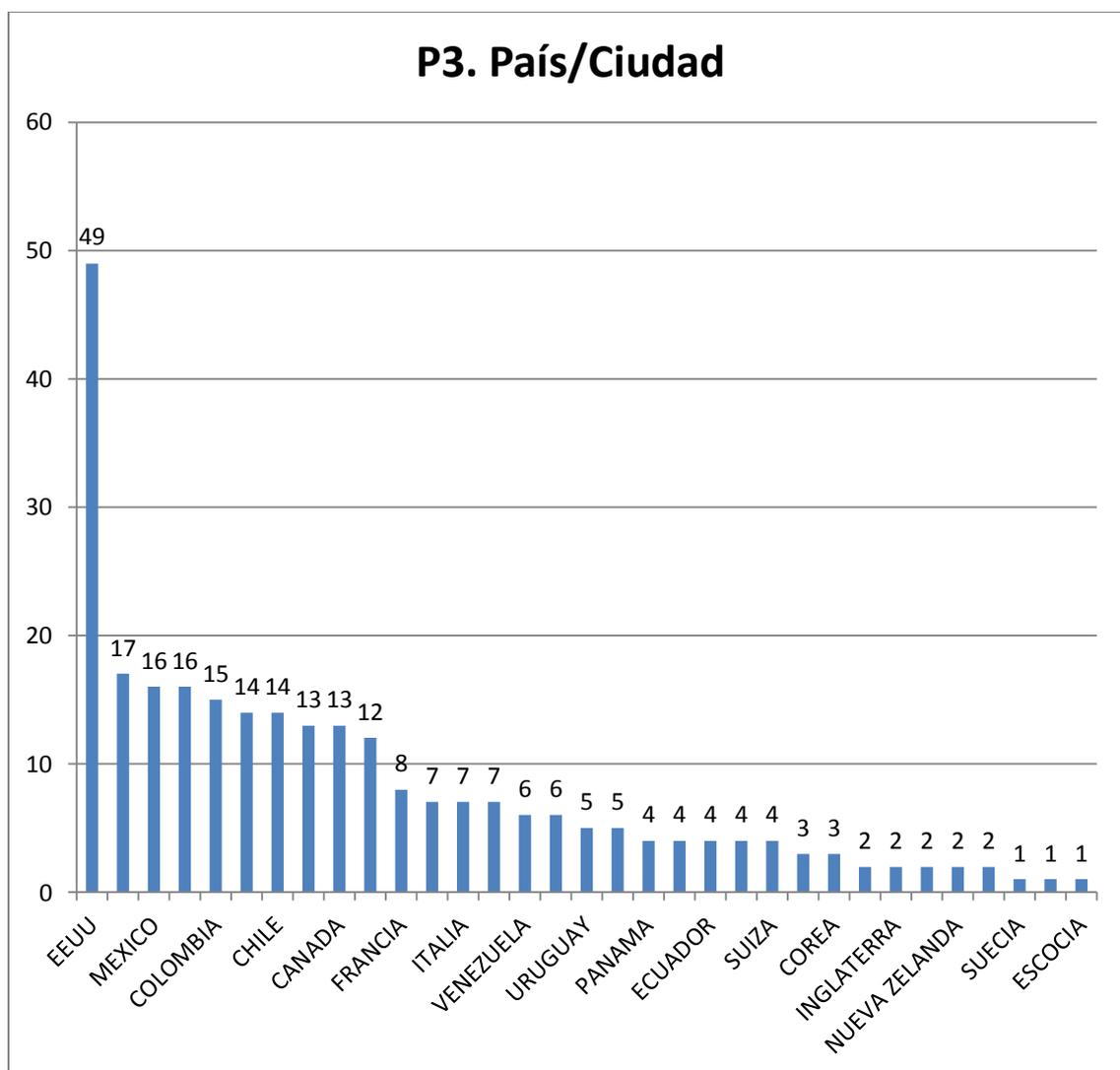


Gráfico 10: Resultado de pregunta 3

Fuente: Elaboración propia

Se puede concluir que la mayoría de personas que vienen a Lima desde el extranjero son de EEUU, con un total de 49 personas del total. Además se pudo conocer que hay una gran variedad de personas que vienen de distintos países que logrará que podamos enfocarnos en brindar un mayor enfoque. Se pudo obtener gran cantidad de personas, ya que normalmente visitaban los distritos de Lima, en grupo.

Pregunta 4: ¿Cuál es su ocupación?

Para poder identificar claramente a qué personas estaremos enfocados, se ha formulado esta pregunta para poder conocer la ocupación de las personas. Los resultados son los siguientes:

Tabla 12: Resultado de pregunta 4

Opciones	Detalle	Total
Opción A	Estudiante	28
Opción B	Empleado	138
Opción C	Independiente	100
Opción D	Otros	4
Total		270

Fuente: Elaboración propia

P4. Ocupación

■ Opción A ■ Opción B ■ Opción C ■ Opción D

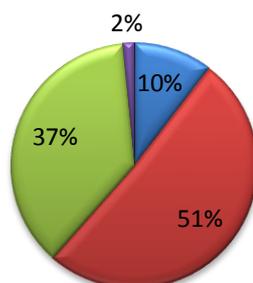


Gráfico 11: Resultado de pregunta 4

Fuente: Elaboración propia

Se ha podido identificar que 138 personas, que es el 51% del total, laboran en una empresa, y 100 personas son independientes, que es el 37% del total. Por otro lado, se pudo realizar el sondeo a 4 personas que eran jubiladas.

Pregunta 5: ¿Cuánto tiempo se quedará en Lima?

Según nuestro estudio es importante poder conocer cuánto tiempo aproximadamente será la estadía en la ciudad de Lima. De acuerdo a ello, se pudo conocer lo siguiente:

Tabla 13: Resultado de pregunta 5

Opciones	Detalle	Total
Opción A	Entre 3 a 5 días	26
Opción B	Entre 5 a 7 días	190
Opción C	Entre 8 días a más	54
Total		270

Fuente: Elaboración propia

■ Opción A ■ Opción B ■ Opción C

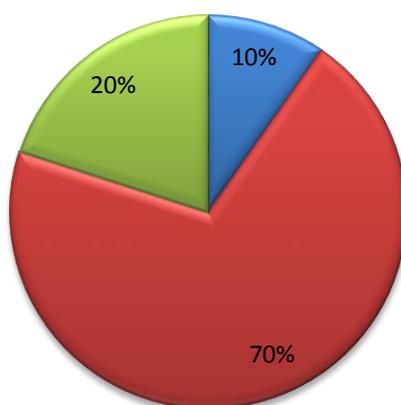


Gráfico 12: Resultado de pregunta 5

Fuente: Elaboración propia

Se pudo obtener que en gran parte de las personas, con un total de 190, visitan Lima entre 5 a 7 días aproximadamente, esto quiere decir que los paquetes que adquieren o el promedio de días que necesitan para conocer Lima es ese. Por lo que podremos enfocar correctamente nuestros precios y promociones.

Además realizamos una pregunta muy importante para poder establecer nuestros, precios.

Pregunta 7: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una habitación?

- a) De 35 a 50 soles por noche
- b) De 55 a 70 soles por noche
- c) De 75 a 85 soles por noche
- d) De 90 a más por noche

El resultado fue el siguiente:

Tabla 14: Resultado de pregunta 7

Opciones	Total
Opción A	21
Opción B	135
Opción C	97
Opción D	17
Total	270

Fuente: Elaboración propia

P7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una habitación?

■ Opción A ■ Opción B ■ Opción C ■ Opción D

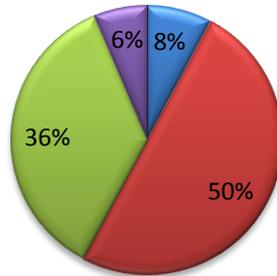


Gráfico 13: Resultado de pregunta 7
Fuente: Elaboración propia

Según el estudio, el personal extranjero estaría dispuesto a pagar habitaciones de aproximadamente entre 55 a 70 soles la noche, y realizando un enfoque con nuestro hospedaje, los precios establecidos por noche en nuestras habitaciones es entre 35 a 65 soles. Por conclusión, según los resultados, habría posibilidad de ingreso frecuente a nuestro hospedaje.

Por otro lado, según resultados obtenidos por MINCETUR, se pudo conocer que los turistas extranjeros han ido arribando a nuestra ciudad en una proporción alta logrando que también se hayan establecido mayor cantidad de hoteles en Lima, aumentando la competencia para nuestro hospedaje.

Tabla 15: Fuente Perú: Arribo de visitantes extranjeros a establecimientos de hospedaje, según región. MINCETUR

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Acumulado Enero- Diciembre 2016	Acumulado Enero- Diciembre 2017	Variación % 2017/2016
Amazonas	7 303	8 868	9 851	13 355	14 866	16 152	16 152	21 375	32,3%
Ancash	32 116	32 964	22 876	21 834	36 388	36 125	36 125	44 713	23,8%
Apurímac	5 813	8 282	7 215	6 921	10 369	5 151	5 151	6 548	27,1%
Arequipa	289 496	314 628	297 336	300 957	317 012	370 135	370 135	347 266	- 6,2%
Ayacucho	6 972	6 288	6 583	7 879	10 358	12 226	12 226	9 104	- 25,5%
Cajamarca	17 062	14 075	14 171	15 785	17 071	18 682	18 682	18 832	0,8%
Callao	128 006	144 641	153 983	173 047	147 937	134 056	134 056	135 879	1,4%
Cusco	1 228 843	1 445 139	1 555 327	1 713 466	1 888 964	1 994 670	1 994 670	2 059 803	3,3%
Huancavelica	455	1 001	901	1 191	757	1 052	1 052	1 346	27,9%
Huanuco	3 431	2 876	5 727	4 071	3 176	4 241	4 241	4 319	1,8%
Ica	180 443	197 839	219 507	194 581	236 031	222 917	222 917	248 582	11,5%
Junin	5 892	7 183	5 328	4 415	6 065	6 237	6 237	7 017	12,5%
La Libertad	55 742	48 539	58 145	54 149	58 685	64 258	64 258	52 155	- 18,8%
Lambayeque	25 074	27 008	31 287	29 982	29 187	28 732	28 732	22 739	- 20,9%
Lima	3 031 231	4 099 255	4 732 021	3 722 208	3 635 466	4 197 863	4 197 863	3 549 298	- 15,4%
Loreto	138 160	156 680	161 583	147 413	151 126	162 794	162 794	200 761	23,3%
Madre De Dios	66 417	70 847	82 024	94 524	93 265	84 625	84 625	87 581	3,5%
Moquegua	6 984	8 679	8 460	8 034	8 351	9 975	9 975	12 115	21,5%
Pasco	1 755	1 542	1 749	3 107	1 986	1 998	1 998	1 767	- 11,6%
Piura	64 230	66 934	73 113	92 998	77 711	94 872	94 872	83 052	- 12,5%
Puno	259 463	304 708	356 993	329 728	329 892	331 701	331 701	321 689	- 3%
San Martín	13 338	12 455	17 353	24 939	24 064	26 097	26 097	29 042	11,3%
Tacna	112 716	130 897	166 480	164 198	203 845	218 859	218 859	245 436	12,1%

Fuente Perú: Arribo de visitantes extranjeros a establecimientos de hospedaje, según región. MINCETUR.

Tabla 16: MINCETUR – Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes

CUADRO N° 2.7			
PERÚ: TURISTAS INTERNOS, SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO			
(PARTICIPACIÓN PORCENTUAL)			
Tipo de alojamiento	Total	Sexo	
		Masculino	Femenino
Total	100,0	100,0	100,0
Hotel	13,3	13,4	13,1
Hostal	9,6	10,8	7,9
Vivienda propia	2,5	1,9	3,2
Vivienda de familiares / amigos	69,6	68,8	70,7
Vivienda alquilada	1,8	1,3	2,5
Otros	3,2	3,8	2,6

Fuente: MINCETUR

Se puede verificar que un 9,6 del total, se hospedan en hostales y el 13,3 en hoteles, con ello podemos conocer que los turistas estarían dispuestos a tener opción de hospedarse en nuestro establecimiento sin ningún inconveniente.

Al establecernos en el mercado, podremos captar mayor cantidad de huéspedes, pero esto se puede establecer por distintos motivos:

- a) Aumento de turistas extranjeros en Lima.
- b) Aumento de publicidad por medios de tecnológicos.
- c) Mejora de nuestro hospedaje.
- d) Aumento de precios sustitutos.
- e) Baja de precios complementarios.
- f) Mejora en promociones y/o beneficios para el huésped.
- g) Incertidumbre política.
- h) Cambios climáticos.

2.5. Estudio de la oferta:

La competencia en la ciudad de Lima, ha incrementado con el pasar del tiempo. Según investigaciones realizadas por MINCETUR se puede conocer lo siguiente:

Hospedajes en Lima:

Tabla 17: MINCETUR – Hospedajes del Perú desde 2011 – 2017

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Amazonas	2 493	2 741	3 011	3 405	3 798	4 055	4 187
Ancash	8 843	9 150	9 160	9 889	10 313	10 879	11 074
Apurímac	2 492	2 815	3 486	4 118	4 441	4 662	4 921
Arequipa	13 750	14 169	14 356	15 215	15 931	16 969	17 305
Ayacucho	3 024	3 201	3 564	3 941	4 407	4 887	5 249
Cajamarca	6 990	7 012	7 282	8 895	9 599	10 543	10 887
Callao	3 288	3 309	3 382	3 610	3 683	3 749	3 856
Cusco	16 937	17 810	18 806	20 658	22 946	25 291	25 662
Huancavelica	1 097	1 231	1 389	1 663	1 808	2 031	2 159
Huanuco	4 666	4 922	5 321	6 079	6 815	7 078	7 100
Ica	8 808	9 385	10 034	11 009	11 745	12 383	13 377
Junin	9 905	10 302	10 736	11 930	12 942	14 224	14 687
La Libertad	10 170	10 525	10 789	11 802	12 482	12 834	13 076
Lambayeque	6 744	7 055	7 353	7 946	8 542	9 114	9 361
Lima	63 486	64 327	65 447	67 850	68 911	69 690	69 972
Loreto	6 237	6 802	7 061	7 378	7 884	8 259	8 227
Madre De Dios	2 718	2 951	3 437	3 666	3 928	4 302	4 760
Moquegua	1 767	1 955	2 143	2 276	2 450	2 664	2 915

Fuente: MINCETUR

Análisis de plazas-cama de los establecimientos por región:

Tabla 18 MINCETUR – Análisis de plazas- camas de establecimientos por región – 2011-2017

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Amazonas	3 739	4 151	4 618	5 193	5 849	6 207	6 482
Ancash	15 748	16 208	16 187	17 456	18 135	19 068	19 422
Apurímac	3 881	4 383	5 453	6 428	6 967	7 277	7 698
Arequipa	24 697	25 424	25 671	27 236	28 511	30 310	30 833
Ayacucho	5 015	5 279	5 839	6 461	7 356	8 164	8 753
Cajamarca	11 488	11 479	11 846	14 406	15 524	17 128	17 585
Callao	5 941	5 928	6 077	6 507	6 598	6 722	6 930
Cusco	32 370	33 677	35 647	39 042	43 527	47 971	48 285
Huancavelica	1 696	1 927	2 169	2 543	2 747	3 083	3 328
Huanuco	7 402	7 724	8 310	9 401	10 549	11 045	11 090
Ica	16 270	17 177	18 376	19 971	21 290	22 463	24 092
Junin	16 018	16 626	17 348	19 407	21 335	23 822	24 342
La Libertad	17 383	18 112	18 567	20 267	21 562	22 298	22 850
Lambayeque	10 758	11 195	11 589	12 457	13 117	13 823	14 214
Lima	112 726	114 037	116 234	120 121	122 001	123 346	124 066
Loreto	10 243	11 214	11 504	11 989	12 900	13 573	13 531
Madre De Dios	4 627	4 991	5 770	6 183	6 666	7 161	7 934
Moquegua	3 070	3 410	3 746	3 961	4 222	4 612	5 039
Pasco	4 094	4 207	4 461	5 018	5 312	5 601	6 117
Piura	13 400	14 333	15 812	16 878	17 808	18 908	19 305
Puno	11 916	12 215	12 774	14 245	15 057	16 239	17 511
San Martín	10 367	11 612	12 450	13 665	15 140	16 292	16 385

Fuente: MINCETUR

De esta cantidad, se pudo verificar mediante una investigación realizada en el 2016 por Mincetur, que a octubre 2016, la tasa neta de ocupación de habitaciones en las diferentes categorías de establecimientos son los siguientes:

Tabla 19: Encuesta estadística mensual de turismo para establecimientos de hospedaje

Concepto	Octubre		Enero-Octubre	
	2015	2016	2015	2016
	(%)	(%)	(%)	(%)
TNOH (Promedio Total)	46,0	42,3	41,5	38,4
Categorizados				
5 estrellas	69,4	64,9	61,8	59,2
4 estrellas	66,7	63,5	62,1	58,2
3 estrellas	40,7	37,0	37,7	34,1
2 estrellas	34,0	31,4	34,1	31,6
1 estrella	30,2	28,7	30,1	28,1
Albergues	30,8	22,8	25,1	22,6
Ecolodges	66,5	60,2	51,4	44,3
No categorizados	29,8	30,2	29,7	29,3

Fuente: MINCETUR

Respecto a nuestra fuente secundaria, para conocer nuestra competencia hemos evaluado mediante nuestro sondeo cuán importante son algunos aspectos que valorar para poder hospedarse.

Pregunta 6. ¿Qué servicios complementarios usted toma en cuenta para hospedarse en un hotel?

Se pudo obtener lo siguiente:

Tabla 20: Resultado pregunta 6

Opciones	Detalle	Total
Opción A	Lavandería	5
Opción B	Actividades recreativas	122
Opción C	Wifi libre	17
Opción D	Convenio con agencias de viajes	126
Total		270

Fuente: Elaboración propia

■ Opción A ■ Opción B ■ Opción C ■ Opción D

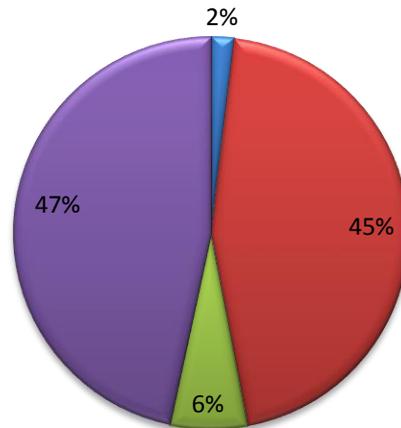


Gráfico 14: Resultado de pregunta 6
Fuente: Elaboración propia

Se puede conocer que uno de los aspectos más importantes para los turistas es que haya accesibilidad para poder tener mejores precios o paquetes para realizar turismo en la ciudad o en otros lugares del país. Pero, también ven como atractivo que el hospedaje realice actividades recreativas, de alguna manera en caso que no tengan tanta disponibilidad de dinero, puedan divertirse.

Una de las preguntas más importantes realizadas, fue la pregunta N° 8, que fue necesaria para poder conocer como estaría la aceptación de un hospedaje ubicado en Barranco, ya que la competencia directa, tienen ubicado sus hospedajes en Miraflores.

Pregunta 8: ¿Conoces el distrito de Barranco?

Según nuestra evaluación, se pudo conocer que el 81% de las 270 totales, si conocen o han oído de ella, ya que al ser un distrito con lugares turísticos y conocido, permite que no se ningún inconveniente poder hablar de este.

Tabla 21: Resultado pregunta 8

Opciones	Detalle	Total
Opción A	Si	219
Opción B	No	51
Total		270

Fuente: Elaboración propia

■ Opción A ■ Opción B

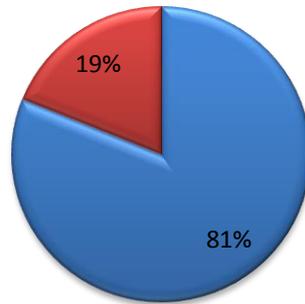


Gráfico 15: Resultado de pregunta 8
Fuente: Elaboración propia

Según este resultado, se pudo realizar otra importante pregunta, que permite conocer si es que considerarían hospedarse en dicho distrito.

Pregunta 9: ¿Te gustaría hospedarte en un alojamiento ubicado en Barranco?

Tabla 22: Resultado pregunta 9

Opciones	Detalle	Total
Opción A	Si	215
Opción B	No	55
Total		270

Fuente: Elaboración propia

■ Opción A ■ Opción B

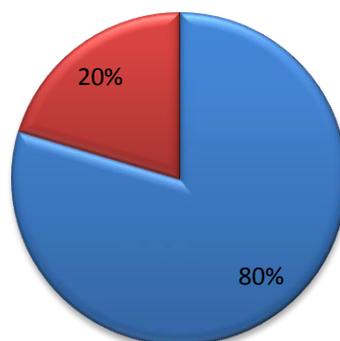


Gráfico 16: Resultado de pregunta 9
Fuente: Elaboración propia

Se pudo conocer que el 80% de las personas si estarían dispuestas a hospedarse en el distrito de Barranco. Mientras que el 20% indicó que no.

Para complementar nuestros resultados, según un trabajo realizado el 2013, sobre “El perfil del turista que visita el distrito de Barranco”, por la municipalidad de Barranco. Se pudo conocer que el 92% de turistas son extranjeros. Por lo que el hospedaje estaría correctamente ubicado.

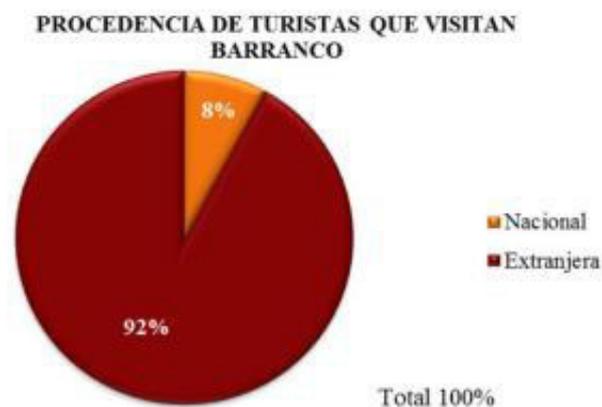


Gráfico 17: Resultado de encuesta para conocer la procedencia que visitan Barranco
Fuente: Municipalidad de Barranco

Por otro lado, para poder realizar nuestro valor agregado, realizamos dos preguntas que nos ayudarían a ver la aceptación de nuestro hospedaje y acciones futuras a realizar.

Pregunta 11: ¿Por qué medios tecnológicos conoces y reservas los hospedajes para tus viajes?

Según lo que se pudo verificar es que en su mayoría realizan las reservas directamente con la página de Booking.com, y no mediante Trivago o Despegar, que son páginas principales que vinculan a las páginas de reserva.

Las alternativas son las siguientes:

- a) Trivago
- b) Booking.com
- c) Hostelworld
- d) Airbnb
- e) Hoteles.com

Y se obtuvo los siguientes resultados:

Tabla 23: Resultado pregunta 11

Opciones	Total
Opción A	12
Opción B	130
Opción C	11
Opción D	4
Opción E	113
Total	270

Fuente: Elaboración propia

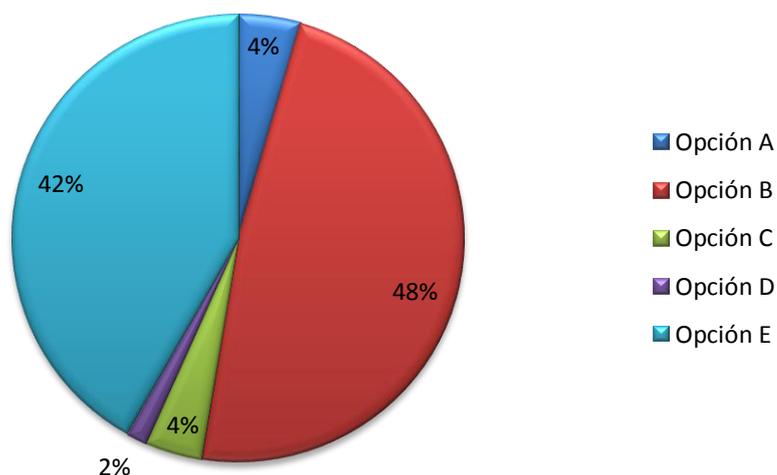


Gráfico 18: Resultado de pregunta 11

Fuente: Elaboración propia

Pregunta 12: ¿Te gustaría que el hospedaje tuviera una app para poder reservar, ver noticias de la ciudad, eventos que se realizan dentro y fuera del hospedaje, entre otros?

Tabla 24: Resultado pregunta 12

Opciones	Detalle	Total
Opción A	Si	222
Opción B	No	48
Total		270

Fuente: Elaboración propia

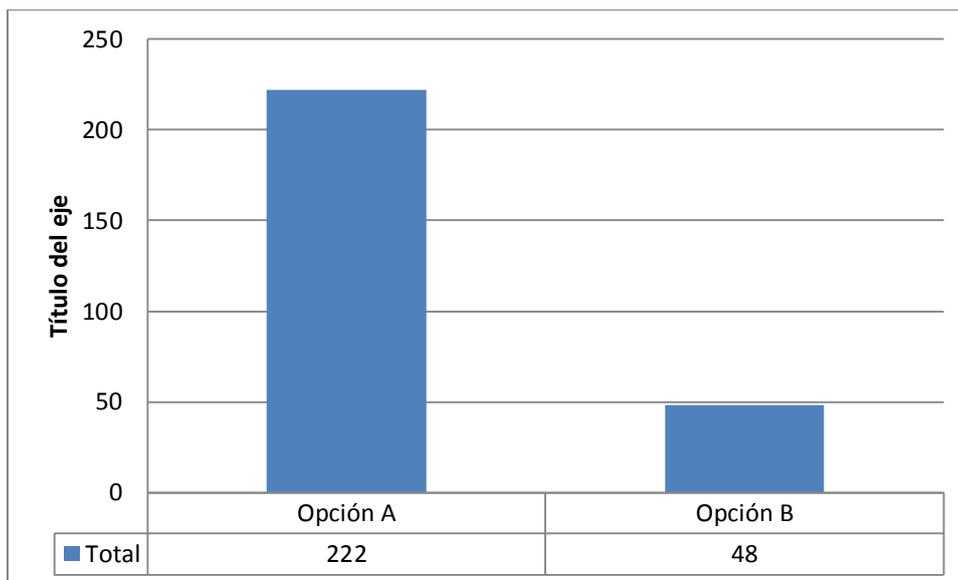


Gráfico 19: Resultado de pregunta 12
Fuente: Elaboración propia

222 personas, indicaron que si sería una buena opción tener una aplicación general para el hospedaje, mientras que el 48 indicó que no. La negativa, fue porque anteriormente realizaron sus reservas mediante alguna aplicación pero no se realizó como se hubiera querido. Es por ello, que nuestro hospedaje tendrá que estar realizando mejoras constantes con la aplicación para evitar inconvenientes y brindar seguridad para la reserva.

Por lo tanto, se puede conocer que al pasar los años, se ha incrementado la cantidad de hospedajes instalados en la ciudad de Lima, y los puntos que pueden llegar a influir para que aumente la cantidad de hospedajes son las siguientes:

- a) Baja de precios de materia prima.
- b) Mayor inversión extranjera.
- c) Mejora de la legislación laboral.
- d) Equilibrio en la economía.

2.6. Determinación de la demanda insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha se ha extraído información de MINCETUR, sobre la cantidad de personas que visitan Perú, las que visitan Lima entre un rango entre 21 a 35 años.

Tabla 25: Proyección de la demanda insatisfecha por 5 años

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Población total	3,031,231.00	4,099,225.00	4,732,021.00	3,722,208.00	3,635,466.00	4,197,863.00	3,549,298.00
Personas entre 21 a 35 años	1,091,243.16	1,475,721.00	1,703,527.56	1,339,994.88	1,308,767.76	1,511,230.68	1,277,747.28
Población objetiva	120,037	162,329	187,388	147,399	143,964	166,235	140,552

Fuente: Elaboración propia

Con esta proyección de la demanda, podemos establecer nuestros objetivos para conocer nuestra demanda insatisfecha.

Esta demanda, se refiere a los turistas extranjeros que visitan Lima, pero que de acuerdo a la cantidad de demanda, no habrá establecimientos de diferentes categorías para poder satisfacer esta necesidad.

Se tomó como dato, la proyección de la demanda del año 2016, con el dato de una investigación realizada por MINCETUR para conocer cuántas camas estarán disponibles para cumplir con la satisfacción tomando en cuenta a todos los establecimientos de diferentes categorías.

Tabla 26: Demanda insatisfecha por categorías de hoteles

Proyección 2016	Total de Camas 2016	Demanda Insatisfecha por todas las categorías
166,235	123,346	42,889

Fuente: Elaboración propia

Adicionalmente para tener un dato específico se tomó datos de MINCETUR, y se pudo comparar con la cantidad de Hostel o Albergues.

Tabla 27: Demanda insatisfecha por hostel

Proyección 2016	Total de Camas en Hostel 2016	Demanda Insatisfecha en Hostel
166,235	27,876	138,359

Fuente: Elaboración propia

Por conclusión se puede verificar que la cantidad de demanda insatisfecha al año 2016 en los establecimientos de categoría Hostel, es de 138,359. Por estos datos, nos permite saber que el plan de negocio tendría demanda para poder establecernos en el mercado.

2.7. Proyecciones y provisiones para comercializar

El negocio tendrá una proyección de crecimiento por 5 años, donde realizaremos estrategias por cada año para lograr el porcentaje esperado. Estas estrategias serán realizadas mediante las 4P's del Marketing.

Primer año

Se incrementará en un 5% para lograr posicionamiento en el mercado.

a) Producto /Servicio

El hospedaje que se va a crear tiene un enfoque humano, cultural y diversión. Lo que en realidad estamos buscando es que las personas disfruten de su estadía en nuestro hospedaje. Puedan descansar, disfrutar, conocer y entablar amistades de distintos países.

b) Precio

Los precios que estableceremos de acuerdo al mercado. Por noche será aproximadamente entre 70 a 90 soles. Estos precios son de acuerdo a lo que brindaremos, que es un hospedaje con ambiente familiar.

c) Punto de venta

El hospedaje estará ubicado en Barranco cerca a grandes lugares turísticos, a los balnearios de Lima y cerca de distritos que tienen historia y/o lugares para poder conocer. Por lo que el huésped tendrá opciones en su estadía en Lima.

d) Promoción

Estableceremos promociones de acuerdo a la cantidad de personas que se hospedarán, por medios de pago, por temporadas, o por paquetes. Lo que pretendemos es estar enfocados al cliente. Nos ubicaremos en redes sociales pagando publicidad para la obtención de clientes. Adicionalmente estará disponible nuestra app para las reservas entre otros.

Segundo año

Se incrementará en un 5% para lograr posicionamiento en el mercado.

a) Producto /Servicio

El hospedaje al tener ya un año en el mercado, compraremos nuevos insumos para las habitaciones, se realizará el mantenimiento general del hospedaje.

b) Precio

Los precios estarán iguales ya que al tener tan solo un año en el mercado, seguimos en crecimiento, y al cambiar o incrementar nuestros precios, sería una estrategia en un momento equivocado.

c) Punto de venta

El hospedaje seguirá ubicado en Barranco, para poder establecernos en dicho distrito. Al ser el segundo año, aún no podemos cambiar de punto de venta.

d) Promoción

Seguirá enfocada en internet, ya que nuestra demanda directa son las personas en el extranjero.

Tercer año

Se incrementará en un 5% para lograr posicionamiento en el mercado.

a) Producto /Servicio

Se evaluará la satisfacción de los clientes para poder establecer si se debe contratar mayor personal.

b) Precio

El precio por noche será de la misma manera para poder seguir captando clientes. El precio es de acuerdo a un paquete que se ha establecido.

c) Punto de venta

El hospedaje seguirá ubicado en Barranco con los permisos correspondientes para su funcionamiento.

d) Promoción

Mejoraremos nuestros convenios con agencias de viajes, y contactaremos agencias de viajes en países como EEUU, Colombia y Argentina, para poder estar en sus posibles opciones para los paquetes de viajes.

Cuarto año

Se incrementará en un 5% para lograr posicionamiento en el mercado.

a) Producto /Servicio

Se establecerá mejoras en la infraestructura y contaremos con nuevo personal para poder mejorar el servicio con nuestros clientes.

b) Precio

Los precios seguirán en el mismo rango. Pero realizaremos un estudio de mercado para conocer los precios del mercado y de acuerdo a ello, establecer estrategias.

c) Punto de venta

El hospedaje estará ubicado en el mismo lugar, pintaremos el hospedaje con colores llamativos para llamar la atención de los clientes.

d) Promoción

Realizaremos paquetes entre hospedajes de provincia con los de nosotros, eso quiere decir que los turistas podrán reservar días en nuestro hospedaje en Lima, y adicionalmente días en otro ubicado en provincia. Esto logrará incrementar nuestros clientes.

Quinto año

Se incrementará en un 5% para lograr posicionamiento en el mercado.

a) Producto /Servicio

Se servicio se brinda será evaluado constantemente para realizar estrategias y con ello captar a clientes.

b) Precio

Los precios estarán aumento en un 2% soles ya que al estar en el quinto año en el mercado, con una incrementación de posicionamiento en el mercado, tendremos clientes fijos y la marca será reconocida.

c) Punto de venta

Estaremos realizando mejoras en nuestro hospedaje.

d) Promoción

La promoción será manejada principalmente por internet. Redes sociales, página oficial, la aplicación, hasta lograremos convenios con una red de agencia de gran reconocimiento. Páginas como booking.com, Facebook, youtube, Instagram; estas páginas tienen gran historial de visitas con lo que nos ayudaría a mejorar el reconocimiento.

2.8. Descripción de la política comercial

El hospedaje estará ubicado principalmente en Barranco, con una visión de brindar una estadía única, con servicios básicos para la estadía de nuestros huéspedes. Una de las diferencias es que podrán convivir con personas de otros países que visitan Lima, disfrutar de los eventos realizados diariamente, conocer Lima y/o provincias sin ningún problema.

La proyección de nuestro posicionamiento en el mercado incrementará junto a la llegada de turistas a Lima y Perú. Se estimada que incremente entre 5% adicional cada año, y esto se realizará mediante un plan de marketing riguroso. Incrementando cuartos y personal para brindar una mejor estadía.

La promoción y/o publicidad será enfocada en brindarla por internet, ya que nuestra demanda se encuentra en el extranjero.

2.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio

Es importante tener al detalle cómo ha incrementado la demanda con el pasar de los años y también realizar una proyección de aproximadamente 5 años para poder establecer estrategias para el posicionamiento en el mercado.

Los datos fueron obtenidos de una investigación realizada por MINCETUR.

Tabla 28: Demanda proyectada por 5 años

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Población total	3,031,231.00	4,099,225.00	4,732,021.00	3,722,208.00	3,635,466.00	4,197,863.00	3,549,298.00
Personas entre 21 a 35 años	1,091,243.16	1,475,721.00	1,703,527.56	1,339,994.88	1,308,767.76	1,511,230.68	1,277,747.28
Población objetiva	120,037	162,329	187,388	147,399	143,964	166,235	140,552

Fuente: Elaboración propia

Se comparó con la cantidad de personas que visitan Lima entre 21 a 35 años para poder conocer nuestra población objetiva al año 2017. Nuestra proyección será tomando el año de inicio el año 2018 y los próximos 5 años.

Tabla 29: Proyección de la demanda

Años	Proyección
2011	120,037
2012	162,329
2013	187,388
2014	147,399
2015	143,964
2016	166,235
2017	140,552
2018	156,263
2019	157,189
2020	158,115
2021	159,042
2022	159,968
2023	160,894

Fuente: Elaboración propia

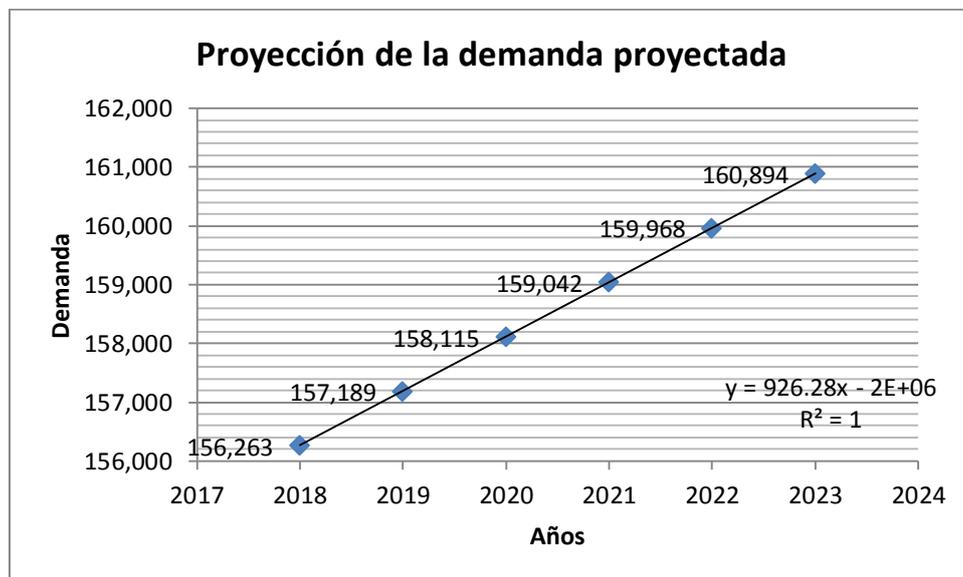


Gráfico 20: Proyección de la demanda

Fuente: Elaboración propia

La proyección de la demanda es ascendente para los próximos 6 años, logrando un incremento para la llegada de turistas. De esa manera, podemos establecer mediante estos datos que realizar nuestro negocio tendrá demanda. Es por ello, que se debe establecer mejoras para el hospedaje y establecer estrategias para el posicionamiento en el mercado.

CAPÍTULO 3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes

Según el mercado al cual nos enfocamos, nos presenta una demanda amplia, ya que cada año el turismo en el Perú va creciendo considerablemente, por distintos factores importantes: la gastronomía, historia y diversidad de culturas, es por ello, que realizar el hospedaje es parte importante para la acogida de los turistas. Es por ello, que debemos tener en claro distintos puntos para esclarecer la demanda.

Según datos de una investigación realizada por MINCETUR, se denota el crecimiento del turismo en el Perú de los últimos 5 años:

Tabla 30: Total Turistas Internacionales 2017, cifra preliminar

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Enero	246 858	255 983	266 299	298 225	304 712	327 642
Febrero	241 127	263 144	268 118	295 126	324 365	325 001
Marzo	228 614	253 180	266 479	274 152	300 342	295 655
Abril	215 975	236 237	241 635	262 713	276 086	312 587
Mayo	215 592	256 187	264 283	268 354	296 146	301 189
Junio	225 036	258 511	245 733	275 926	276 779	318 588
Julio	268 788	302 309	299 154	332 645	365 320	388 939
Agosto	242 986	276 730	291 276	305 699	339 081	361 264
Septiembre	234 605	249 413	254 394	270 498	303 223	340 535
Octubre	244 308	282 219	274 695	301 735	324 565	352 679
Noviembre	238 813	258 735	257 567	272 924	299 785	331 844
Diciembre	242 921	270 991	285 301	297 712	334 057	376 416
Total	2 845 623	3 163 639	3 214 934	3 455 709	3 744 461	4 032 339

Fuente: MINCETUR

De acuerdo a las cifras verificadas por PromPerú, adicionalmente podemos verificar que el motivo de la llegada a Perú es para vacacionar, con un porcentaje del 65% del total de turistas que arriban a nuestro país.

Tabla 31: Perfil del turista extranjero

	Millones de turistas*
1 Vacaciones, recreación u ocio	2,30
2 Negocios	0,49
3 Visitar a familiares o amigos	0,48
4 Salud (tratamiento médico)	0,12
5 Asistir a seminarios, conferencias, convenciones o congresos	0,07
6 Misiones / trabajo religioso / voluntariado	0,05
7 Educación (realizar estudios, investigaciones por grado, etc.)	0,04
Total	3,55

Fuente: PromPerú

El turista extranjero llega directamente a Lima, por lo que la cantidad de demanda es de acuerdo a los que arriban a Lima, y según nuestro enfoque, solo son personas que tengan entre 21 a 35 años con una visión de vacaciones, recreación u ocio, ya que nuestro hospedaje o hostel es referente a un lugar de relajación, que permita a las personas a disfrutar y conocer personas de otros países. Es por ello, que se realizó el cálculo de la demanda insatisfecha con datos sobre hospedajes, albergues o hostel y adicionalmente con la cantidad de camas disponibles para cubrir con la demanda. La cantidad resultante es de 138,359, sabemos que realizando el hospedaje en el distrito de Barranco, incrementará la lista de opciones para hospedarse en un tipo de alojamiento de la categoría que realizaremos, ya que la competencia directa que tendremos está ubicada en el distrito de Miraflores.

3.2. Proceso y Tecnología

3.2.1. Descripción y diagrama de los procesos

El hospedaje se constituirá mediante tres procesos fundamentales para su servicio, estos han sido especificados para conocer detalladamente la sucesión de actividades y el tiempo que demanda poder culminar cada proceso.

Los procesos son los siguientes:

- a) Para el servicio de alojamiento es importante tener identificado el ingreso de los huéspedes.
- b) Para el servicio de nuestro hospedaje es importante culminar satisfactoriamente el proceso de salida de los huéspedes.
- c) Se tomó como importante el proceso de nuestro valor agregado que es el convenio con una agencia de viajes para el beneficio de nuestros huéspedes.

Se visualizará a detalle cada proceso:

- a) Este proceso conlleva el momento desde que el huésped ingresa a nuestro local para poder verificar su reserva o consultar si existe disponibilidad de habitaciones.

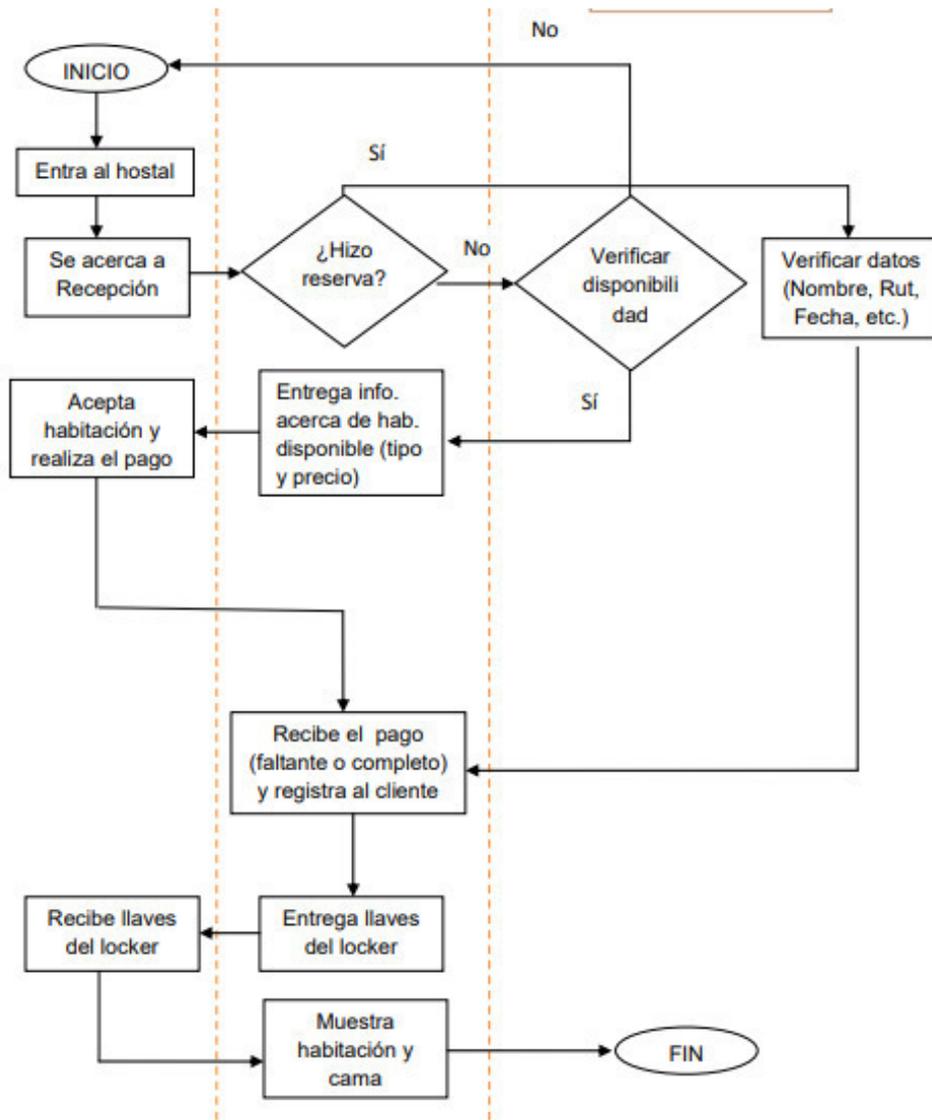


Gráfico 21: Diagrama de flujo para el hospedaje
 Fuente: Plan de negocios de la Posada “Green Hostel Limitada”

De acuerdo a este proceso se ha realizado el diagrama de Gantt para tener en claro el tiempo que demanda cada proceso, y se hizo para los 3 casos:

Tabla 32: Resumen de actividades del primer proceso de nuestro servicio, caso 1

Caso 1				
Actividades	Responsable	Tiempo Inicial	Tiempo de culminación	Duración
Entrada al hospedaje	Huesped	8:00:00	8:05:00	0:05:00
Se acerca a recepción	Huesped	8:05:00	8:08:00	0:03:00
Verificar si realizó reserva	Administrador del Hotel	8:08:00	8:16:00	0:08:00
Verificar datos	Administrador del Hotel	8:16:00	8:24:00	0:08:00
Recibir el pago completo y registro del cliente	Administrador del Hotel	8:24:00	8:35:00	0:11:00
Entrega de llaves	Administrador del Hotel	8:35:00	8:38:00	0:03:00
Recepción de las llaves	Huesped	8:38:00	8:39:00	0:01:00
Muestra de la habitación y cama	Administrador del Hotel	8:39:00	8:44:00	0:05:00

Fuente: Elaboración propia

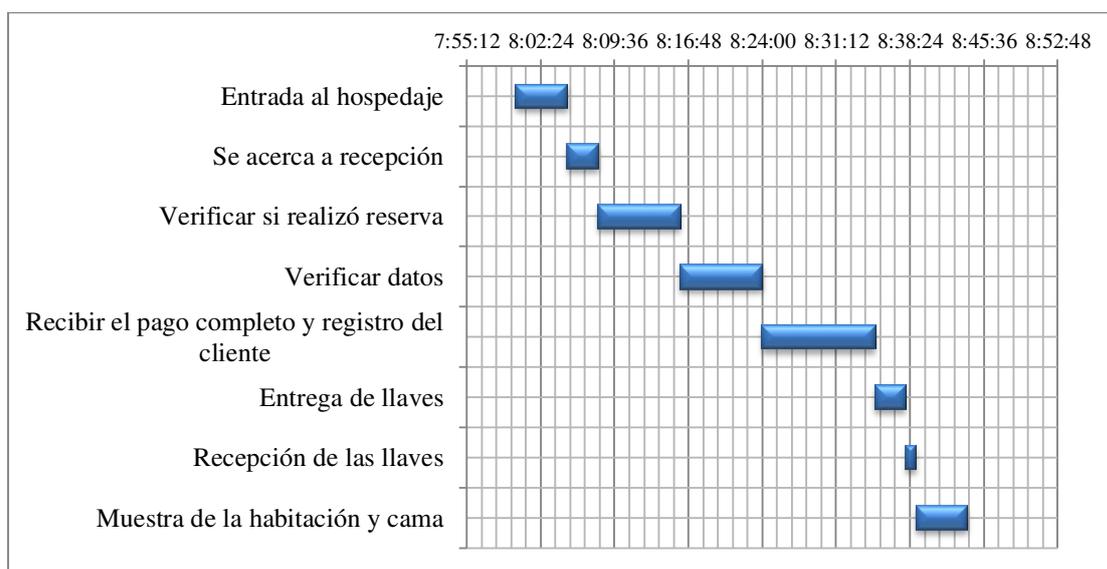


Figura 22: Diagrama de Gantt 1 sobre el proceso de ingreso al hospedaje, caso 1. Fuente: Fuente Propia

Tabla 33: Resumen de actividades del primer proceso de nuestro servicio, caso 2.

Caso 2				
Actividades	Responsable	Tiempo Inicial	Tiempo de culminación	Duración
Entrada al hospedaje	Huesped	8:00:00	8:05:00	0:05:00
Se acerca a recepción	Huesped	8:05:00	8:08:00	0:03:00
Verificar si realizó reserva	Administrador del Hotel	8:08:00	8:16:00	0:08:00
Verificar si hay disponibilidad	Administrador del Hotel	8:16:00	8:24:00	0:08:00
Entrega de inf. sobre habitaciones disponibles	Administrador del Hotel	8:24:00	8:40:00	0:16:00
Aceptación de las condiciones y realización del pago	Huesped	8:40:00	8:50:00	0:10:00
Recibir el pago completo y registro del cliente	Administrador del Hotel	8:50:00	9:01:00	0:11:00
Entrega de llaves	Administrador del Hotel	9:05:00	9:08:00	0:03:00
Recepción de las llaves	Huesped	9:08:00	9:09:00	0:01:00
Muestra de la habitación y cama	Administrador del Hotel	9:09:00	9:14:00	0:05:00

Fuente: Fuente Propia

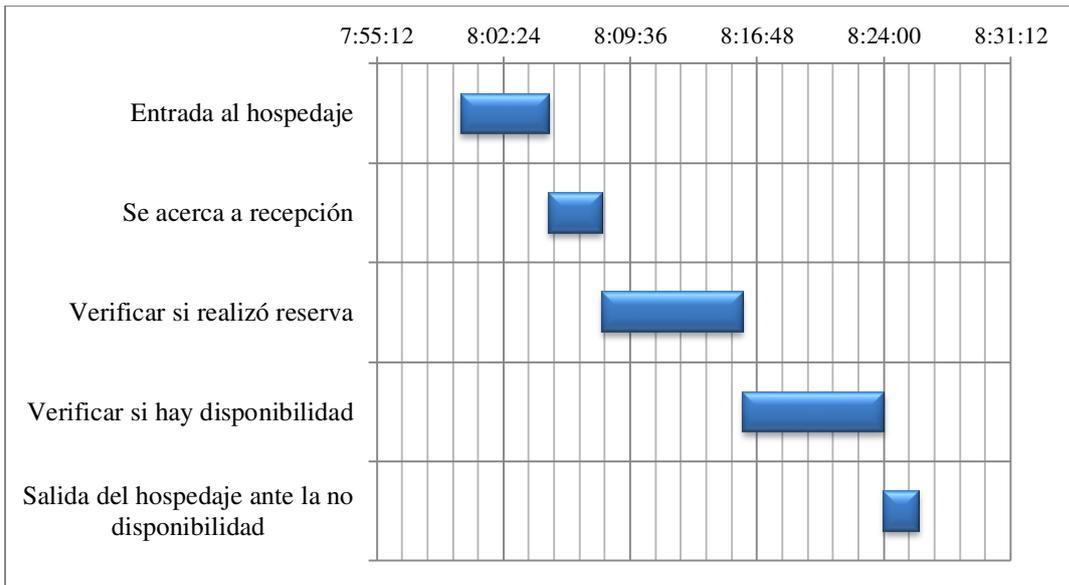


Figura 23: Diagrama de Gantt 1 sobre el proceso de ingreso al hospedaje, caso 2.
Fuente: Fuente Propia

Tabla 34: Resumen de actividades del primer proceso de nuestro servicio, caso 3.

Caso 3				
Actividades	Responsable	Tiempo Inicial	Tiempo de culminación	Duración
Entrada al hospedaje	Huesped	8:00:00	8:05:00	0:05:00
Se acerca a recepción	Huesped	8:05:00	8:08:00	0:03:00
Verificar si realizó reserva	Administrador del Hotel	8:08:00	8:16:00	0:08:00
Verificar si hay disponibilidad	Administrador del Hotel	8:16:00	8:24:00	0:08:00
Salida del hospedaje ante la no disponibilidad	Huesped	8:24:00	8:26:00	0:02:00

Fuente: Fuente Propia

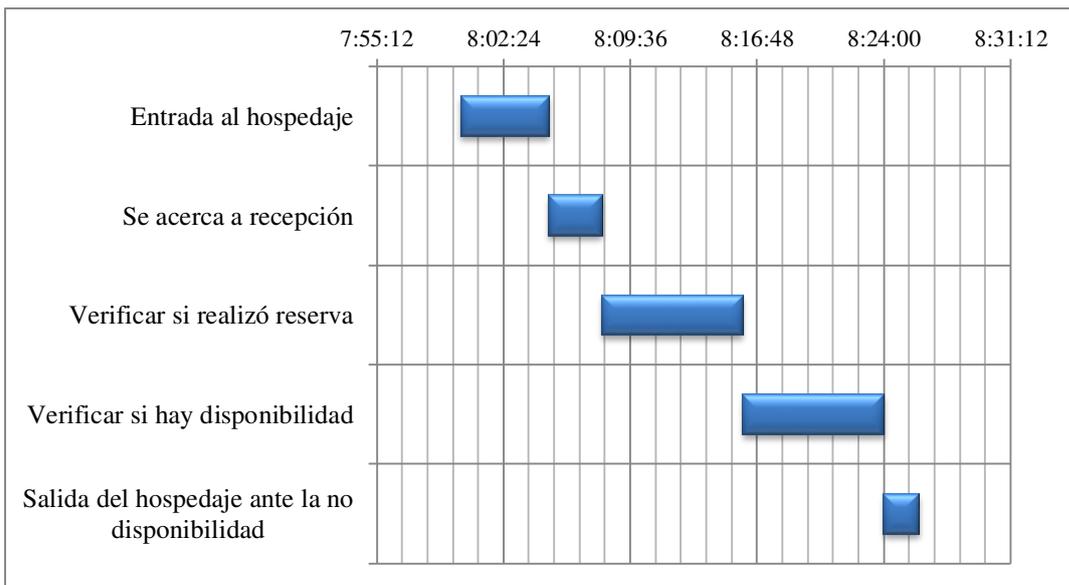


Figura 24: Diagrama de Gantt 1 sobre el proceso de ingreso al hospedaje, caso 3.
Fuente: Fuente Propia

- b) Para tener en claro, es importante tener detallado de qué forma se realiza el check out.



Figura 25: Proceso de check out.
Fuente: Elaboración propia

Tabla 35: Actividades para la realización del check out.

Actividades	Responsable	Tiempo Inicial	Tiempo de culminación	Duración
Información sobre el cumplimiento de la reserva	Huesped	12:30:00	12:45:00	0:15:00
Desocupación de la habitación	Administrador del Hotel	12:45:00	14:00:00	1:15:00
Verificación de deudas pendientes con el hospedaje	Administrador del Hotel	14:00:00	14:20:00	0:20:00
Realización del check out	Administrador del Hotel	14:20:00	14:40:00	0:20:00
Salida del hospedaje	Huesped	14:40:00	14:55:00	0:15:00

Fuente: Elaboración propia

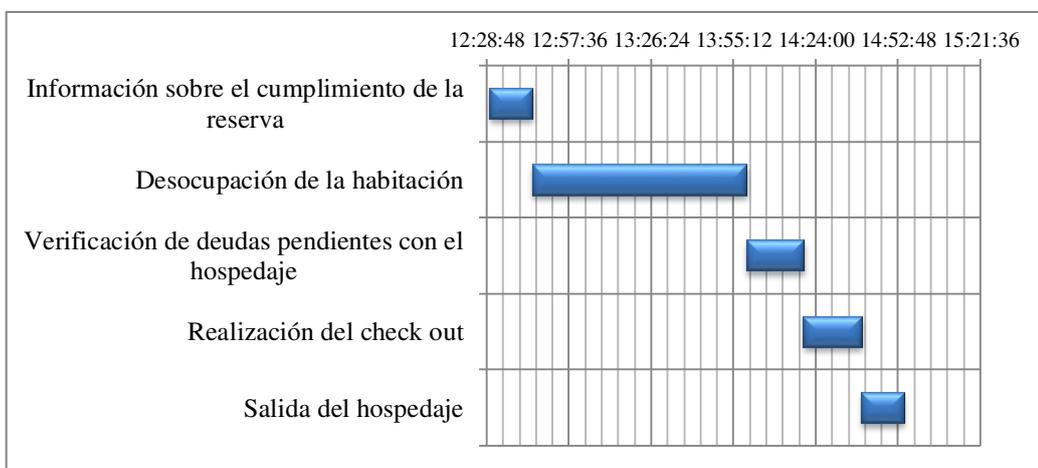


Figura 26: Diagrama de Gantt 1 sobre el proceso de ingreso al hospedaje, caso 3.

Fuente: Fuente Propia

- c) Uno de los beneficios que le brindamos a nuestros huéspedes es la posibilidad de solicitar paquetes o planes turísticos para conocer nuestro país, pero también se necesita conocer detalladamente.

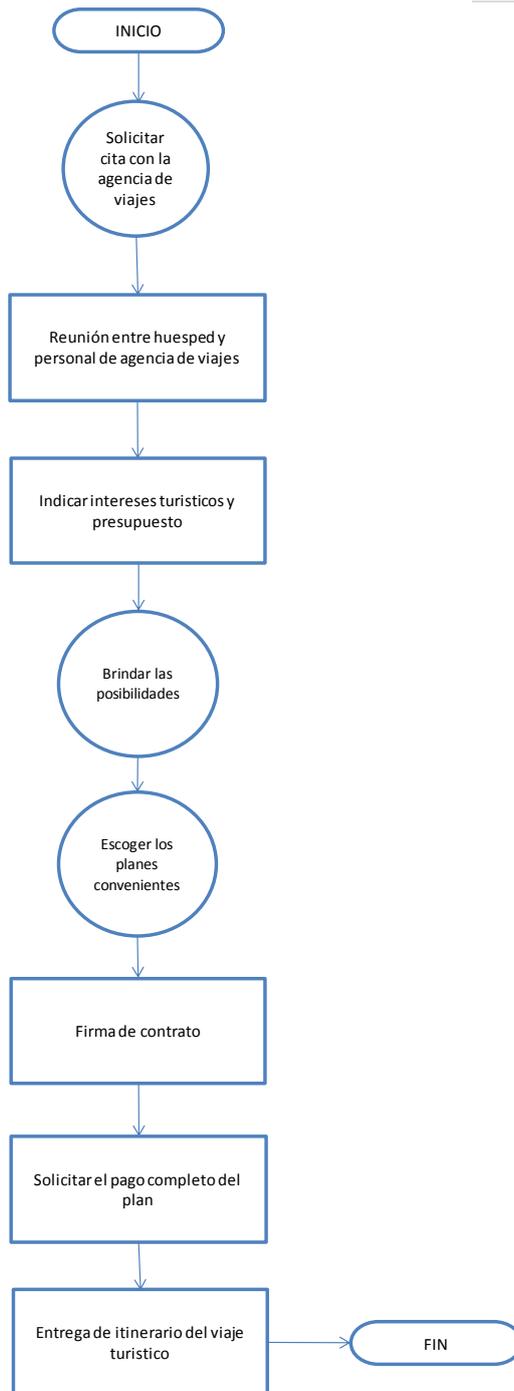


Figura 27: flujo de compra de paquetes turísticos con nuestra agencia de viajes aliada.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 36: Actividades para verificar el proceso de compra de paquetes turísticos.

Actividades	Responsable	Tiempo Inicial	Tiempo de culminación	Duración
Solicitar cita con la agencia de viajes	Recepcionista/Administrador del Hotel	9:30:00	9:35:00	0:05:00
Reunión entre huésped y personal de agencia de viajes	Interesados	9:35:00	9:40:00	0:05:00
Indicar intereses turísticos y presupuesto	Huésped	9:40:00	10:00:00	0:20:00
Brindar las posibilidades	Personal de agencia de viajes	10:00:00	10:30:00	0:30:00
Escoger los planes convenientes	Huésped	10:30:00	10:45:00	0:15:00
Firma de contrato	Huésped	10:45:00	11:00:00	0:15:00
Solicitar el pago completo del plan	Personal de agencia de viajes	11:00:00	11:15:00	0:15:00
Entrega de itinerario del viaje turístico	Personal de agencia de viajes	11:15:00	11:30:00	0:15:00

Fuente: Elaboración propia

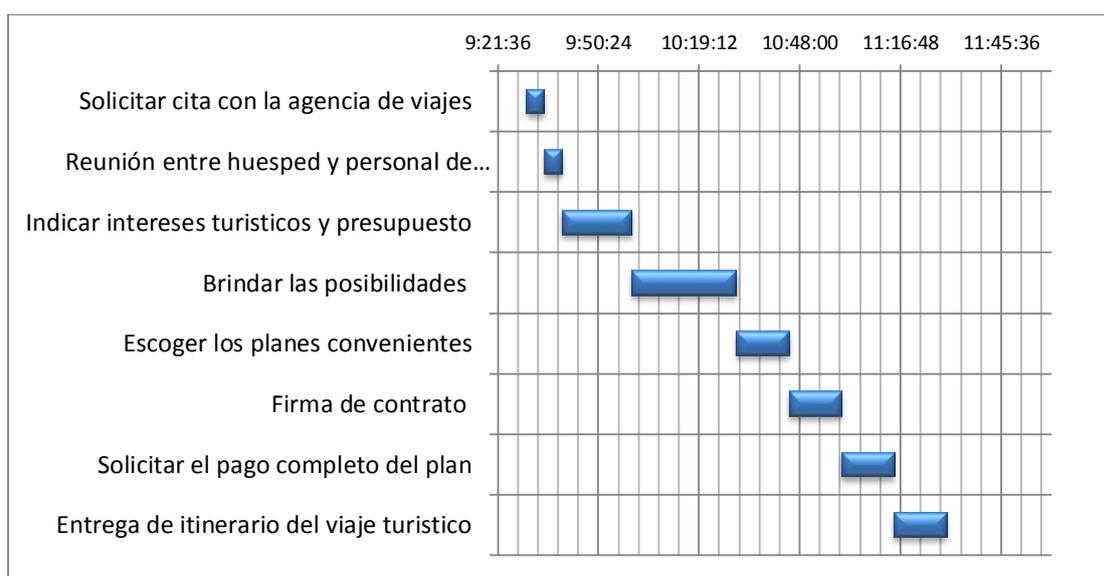


Figura 28: Diagrama de Gantt 1 sobre el tiempo que toma poder ser atendido por la agencia de viajes.

Fuente: Fuente Propia

3.2.2. Capacidad instalada y operativa

Según Paulo Nunes, indica que la capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción. Por lo que podemos concluir que la capacidad instalada se refiere según nuestro servicio, la cantidad de cuartos que estarán disponibles para la demanda.

Según nuestro plan de negocio realizaremos 10 habitaciones en total, con 4 cuartos para 6 personas, 4 cuartos para 8 personas y 2 cuartos con cama matrimonial. Cada habitación tendrá un baño propio.

Las características son básicas:

- Camas simples de plaza y media.
- Closet para utilidad del cuarto.
- Limpieza diaria.

Por otro lado, los servicios que gozarán los clientes serán los siguientes:

- Posibilidad de utilizar la cocina (1)
- Patio para relajación, eventos recreativos (1)
- Bar (1)
- Sala (1)
- Comedor (1)

Se puede concluir que los servicios que brindará nuestro hospedaje serán totalmente básicos, ya que está enfocado a personas que vienen a disfrutar de actividades diarias, de relajación, en conocer nuestra ciudad y poder convivir con personas de otros países, confraternizando.

Se planea incrementar la cantidad de cuartos para ir a la par con el incremento del turismo en Lima como en Perú.

3.2.3. Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos

Es importante tener en claro la cantidad de insumos que debemos adquirir y las características de estos.

Será dividido entre los siguientes puntos:

a) Elementos para el hospedaje y funcionamiento:

Tabla 37: Insumos para el hospedaje

Area	Concepto	Características
COCINA	Cocina de 4 hornillas	Cocina de 4 hornillas plancha
	Refrigeradora	Indurama Refrigeradora No Frost RF-789D 514 Listros-Cromados
	Licuadaora	LICUADORA OSTER 1.25L 6805-RG0-051 NARANJA
	Hervidora Eléctrico	Hervidor 1500 W 1.8lt Gris
	Cafetera Eléctrica	Cafetera Eléctrica CM608 8 Tazas Blanco
	Sartén	Sartén Comfort 24 cm
	Cuchillo de cocina	Juego de Cuchillos Colección Precisión
	Espátula	Espátula para Freír - MICA
	Cacerola	Set x 2 Cacerolas 18 x 10.9 cm
	Bol de aluminio pequeño	Bowl Martillo Aluminio 25 cm
	Cucharón	Cucharón
	Tabla de cortar Acrilica	Tabla Para Picar Pequeña Microban
COMEDOR	Salero	Set Salero y Pimentero Mason - MICA
	Azucarero	Azucarero a Table - ASA
	Bowls	Set 4 Ramequines Blancos 9 cm - MICA
	Tenedores	Set x24 Cubiertos con Bandeja Org. Rojo
	Cucharita de café	Cucharita de Café Mix
	Cuchillos	Set x24 Cubiertos con Bandeja Org. Rojo
	Taza y plato de base para café	Taza Café y Plato Ramo Azeitonas
	Platos	Juego de Vajillas Lineas Azules
	Mesa	Para 12 personas 8.95 m2
	Sillas	12 sillas de madera
Manteles	Mantel Bco Col Yd 180x270 T	
RECEPCIÓN	Estante para recepción	Mostrador de 700x500 cm
	Computadora	P4 3,4 ghz 512mb RAM 120GB Lectora/Quemadora 52X, Teclado Mouse inalámbrico óptico Monitor plano 17 pulgadas, Parlantes Tarjeta Video GeForce 256MB
	Impresora con scanner	Impresora Multifuncional HP PSC 1510 Impresora Copiadora Alta velocidad 20p/m
	Silla de madera	Silla de madera p/ escritorio
LOBBY	Tacho de basura	Basurero 5 lt Negro - MICA
	Sillón	Conjunto de sofás en "L" con 292x292 cm
	Cojines	Conjunto de cojines pequeños p/ Sofa
HOUSEKEEPING	Mesita de centro	Mesa de centro sala - Melamina
	Lámparas	Lampara pequeña sobremesa
	Sábanas twin	Conjunto de sabanas de algodón
	Sábanas king	Conjunto de sabanas de algodón
	Almohadas	Almohadas de duvet
	Toallas	Pack de toallas - MICA
	Cubrecama twin	Conjunto de cubrecama de 4 piezas
	Cubrecama king	Conjunto de cubrecama de 4 piezas
	Colchones	Cama de 150x 100 cm
	Tarima	Conjunto de tarima p/ Cama
	Mesita de noche	Mesita de Noche de Madera
	Percheros	Conjunto de percheros de plástico
	Escoba	Cepillo con cerdas de plástico con palo de plástico
	Recogedor de basura	Plástico
	Trapeador de piso y mopa	Plástico
	Hisopo de baño	Mango: plástico / Cerdas: fibra gruesa
Tachos de basura	Basurero 5 lt Negro - MICA	

Fuente: Elaboración Propia

a) Servicios a contratar

Por nuestro servicio, necesitaremos los servicios básicos como por ejemplo: agua y luz.

Por otro lado, se brindará servicio de internet y cable, para que los huéspedes puedan tener más opciones de distracción y comunicación. Adicionalmente se pretende adquirir un paquete de internet, cable y teléfono, más conocido como Trío.

Se puede observar los detalles:

Tabla 38: Servicios contratados para el hospedaje.

Servicios	Características
Agua	Sedapal - Servicio comercial
Luz	Luz del Sur - Servicio comercial
Teléfono + Internet + Cable	Movistar - 189.90 soles por paquete

Fuente: Elaboración propia

b) Recursos humanos

1. Administrador del hospedaje (1)

Personal encargado de liderar en la gestión del hospedaje de manera diaria. Brindar la mejor atención para los huéspedes. Tener la capacidad de solucionar inconvenientes. Elaborar un informe diario sobre el servicio brindado en el hospedaje para obtener indicadores.

2. Camarera (2)

Personal encargado de brindar apoyo en la comida, limpieza, atención a los clientes y apoyo al administrador del hospedaje. Deberán mejorar su servicio día a día.

c) Requerimientos legales y protección

- Licencia de funcionamiento por la municipalidad y defensa civil
- Cargas sociales de los empleados

3.2.4. Infraestructura y características físicas

El hospedaje tendrá una medida de 900 m², donde se podrá realizar en dos pisos las habitaciones, sala, comedor, cocina, recepción, patio, bar, entre otros.

De acuerdo a ello, se ha realizado la siguiente visualización del primer piso:

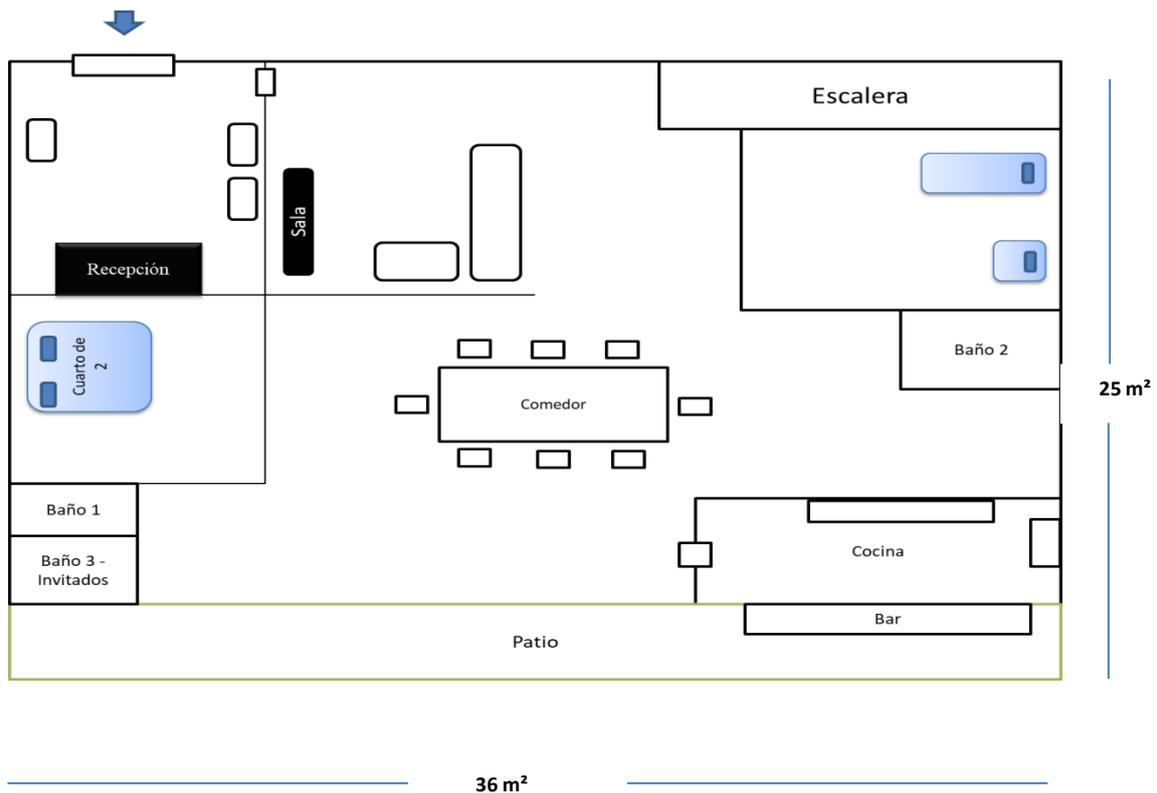


Figura 29: Primer Piso del hospedaje
Fuente: Elaboración propia

Las características que tendrá el primer piso del hospedaje serán de la siguiente manera:

- a) Tendrá un cuarto de recepción con tres sillones para la espera.
- b) Sala con televisión.
- c) Cocina y comedor.
- d) Dos habitaciones: una habitación con cama de dos plazas y una habitación para 1 persona con sus respectivos baños propios.
- e) El bar estará cerca de la cocina con mira al patio para las actividades recreativas que se tiene pensado realizar.

Adicionalmente, el segundo piso tendrá la gran cantidad de habitaciones:

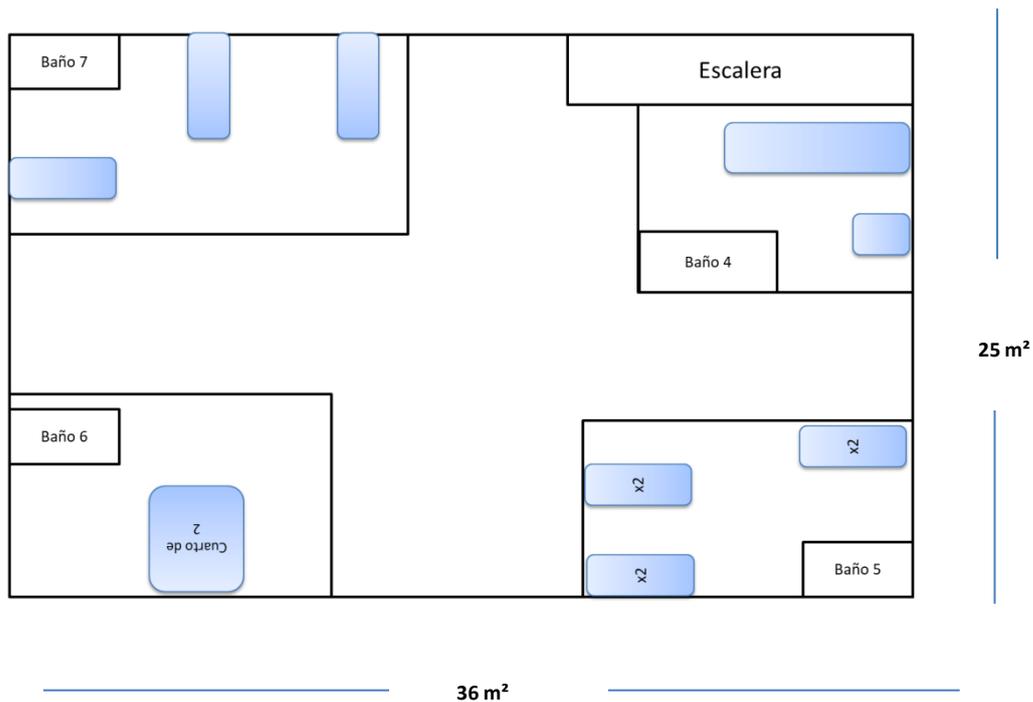


Figura 30: Segundo piso del hospedaje.
Fuente: Elaboración propia.

Las características que tendrá el segundo piso del hospedaje serán de la siguiente manera:

- Tendrá establecido la totalidad de habitaciones del hospedaje: dos cuartos para 3 personas, un cuarto restante para una persona y otro de cama matrimonial.
- Se incluirá los baños propios por cada cuarto.

3.3. Localización del negocio, Factores determinantes

Para la ubicación del hospedaje se tomó como referencia dos alternativas.

- Ubicar el hospedaje en el distrito de Miraflores (A)
- Ubicar el hospedaje en el distrito de Barranco (B)

Por lo que se tuvo que realizar un análisis de factores para la ubicación:

1. Factores Comerciales

- Posición estratégica
- Ubicación comercial
- Cultura y horario del servicio
- Disponibilidad del espacio físico

2. Factores Estratégicos

- Facilidad de transporte
- Área céntrica
- Flujos de personas
- Lugares turísticos

3. Factores Legales

- Impuestos Municipales
- Ordenanzas Municipales

4. Factores Sociales

- Servicios médicos
- Seguridad pública

Por lo que se realizó la matriz de factores y fue calificada por la siguiente especificación:

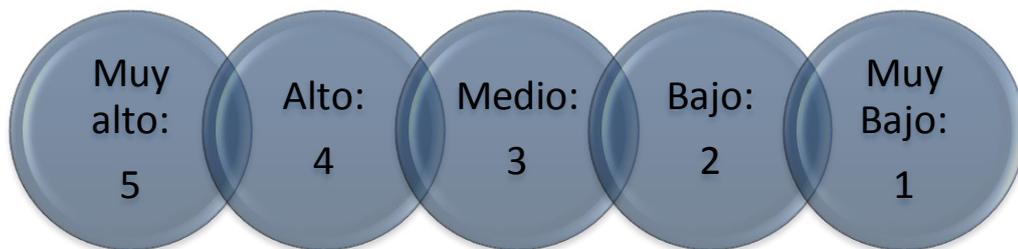


Figura 31: Factores para la calificación de Matriz de procesos
Fuente: Elaboración propia

Tabla 39: Matriz de Factores para localización

MATRIZ DE FACTORES		
Factores	A	B
1. Factores Comerciales		
1.1. Posición estratégica	4	4
1.2. Ubicación comercial	4	4
1.3. Cultura y horario del servicio	4	3
1.4. Disponibilidad del espacio físico	3	4
Total Ponderado	15	15
2. Factores Estratégicos		
2.1. Facilidad de transporte	3	3
2.2. Área centrica	3	3
2.3. Flujos de personas	5	5
2.4. Lugares turísticos	3	4
Total Ponderado	14	15
3. Factores Legales		
3.1. Impuestos Municipales	3	3
3.2. Ordenanzas Municipales	3	3
Total Ponderado	6	6
4. Factores Sociales		
4.1. Servicios médicos	4	3
4.2. Seguridad pública	3	3
Total Ponderado	7	6
Total Final Ponderado	42	42

Fuente: Elaboración propia

Tabla 40. Matriz de Ponderación de factores para localización

MATRIZ DE PONDERACIÓN DE FACTORES			
Factores	%	A	B
1. Factores Comerciales			
1.1. Posición estratégica	20%	0.8	0.8
1.2. Ubicación comercial	10%	0.4	0.4
1.3. Cultura y horario del servicio	6%	0.24	0.18
1.4. Disponibilidad del espacio físico	7%	0.21	0.28
Total Ponderado	43%	1.65	1.66
2. Factores Estratégicos			
2.1. Facilidad de transporte	7%	0.21	0.21
2.2. Área centrica	12%	0.36	0.36
2.3. Flujos de personas	12%	0.6	0.6
2.4. Lugares turísticos	9%	0.27	0.36
Total Ponderado	40%	1.44	1.53
3. Factores Legales			
3.1. Impuestos Municipales	4%	0.12	0.12
3.2. Ordenanzas Municipales	4%	0.12	0.12
Total Ponderado	8%	0.24	0.24
4. Factores Sociales			
4.1. Servicios médicos	4%	0.16	0.12
4.2. Seguridad pública	5%	0.15	0.15
Total Ponderado	9%	0.31	0.27
Total Final Ponderado	100%	3.64	3.70

Fuente: Elaboración Propia

Se puede concluir que el distrito de Barranco es la mejor opción para poder construir el hospedaje ya que tiene un ponderado de 3.70 a comparación de 3.64 del distrito de Miraflores. No hubo una diferencia rotunda, ya que son dos distritos con problemas similares y con mayor cantidad de llegada de turistas extranjeros. Pero de acuerdo a los distintos factores evaluados se pondrá como objetivo en brindar mayor seguridad para el entorno general de nuestro hospedaje.

CAPÍTULO 4. ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

4.1. Inversión Fija

4.1.1. Inversión Tangible

Se colocan los equipos de cada área del establecimiento.

Se coloca también la cantidad de unidades que se van adquirir con el precio de compra por unidad.

	TOTAL
INVERSIÓN ACTIVO TANGIBLE	S/. 10,293.50

4.1.2. Inversión Intangible

Se colocan los gastos de elaboración de proyecto y gastos de constitución del proyecto.

	TOTAL
INVERSIÓN ACTIVO INTANGIBLE	S/. 1,715.00

Adicionalmente se agrega los Gastos Pre Operativos:

	TOTAL
INVERSIÓN GASTOS PREOPERATIVOS	S/. 29,835.40

4.2. Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
EXISTENCIAS	S/.	8,614.66
DISPONIBLE	S/.	14,338.50
EXIGIBLE	S/.	3,000.00
	S/.	25,953.16

4.3. Inversión Total

ESTRUCTURA DE LA INVERSION		
CAPITAL PROPIO	S/.	22,385.20
CAPITAL FINANCIADO	S/.	45,411.86
INVERSIÓN TOTAL	S/.	67,797.06

INVERSIÓN INICIAL		
Inversión en Activos Tangibles	S/.	10,293.50
Inversión en Activos Intangibles	S/.	1,715.00
Inversión en Gastos Pre operativos	S/.	29,835.40
Inversión en Capital de Trabajo	S/.	25,953.16
TOTAL	S/.	67,797.06

4.4. Estructura de la inversión y financiamiento

4.4.1 Inversión

4.4.1.1 Inversión en activos fijos tangibles

CUADRO DETALLADO DE LA INVERSIÓN EN ACTIVOS TANGIBLES						
N°	AREA	CONCEPTO	CANT	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL
1	COCINA	Cocina de 4 hornillas	1	Unidad	S/. 150.00	S/. 150.00
2		Refrigeradora Orange	1	Unidad	S/. 600.00	S/. 600.00
3		Licuadaora	1	Unidad	S/. 70.00	S/. 70.00
4		Hervidora Eléctrico	1	Unidad	S/. 80.00	S/. 80.00
5		Cafetera Eléctrica	1	unidad	S/. 50.00	S/. 50.00
6		Sartén	1	unidad	S/. 25.00	S/. 25.00
7		Cuchillo de cocina	1	unidad	S/. 5.00	S/. 5.00
8		Espátula miserable	1	unidad	S/.3.00	S/. 3.00
9		Cacerola	1	unidad	S/. 25.00	S/. 25.00
10		Bolw de aluminio pequeño	1	unidad	S/. 3.00	S/. 3.00
11		Cucharón	1	unidad	S/. 3.00	S/. 3.00
12		Tabla de cortar Acrilica	1	unidad	S/. 7.00	S/. 7.00

13	COMEDOR	Salero	3	unidad	S/. 2.00	S/. 6.00
14		Azucarero	3	unidad	S/. 2.00	S/. 6.00
15		Bowls	12	unidad	S/. 5.80	S/. 69.60
16		Tenedores	1	docena	S/. 6.00	S/. 6.00
17		Cucharita de café	1	docena	S/.6.00	S/. 6.00
18		Cuchillo para pan	1	docena	S/. 6.00	S/. 6.00
19		Taza y plato de base para café	12	unidad	S/. 6.70	S/. 80.40
20		Platos trinche	12	unidad	S/. 3.00	S/. 36.00
21		Mesa	3	unidad	S/. 20.00	S/. 60.00
22		Sillas	12	unidad	S/. 10.00	S/. 120.00
23		Manteles	3	unidad	S/. 10.00	S/. 30.00
24	RECEPCIÓN	Estante para recepción	1	unidad	S/.200.00	S/. 200.00
25		Computadora	1	unidad	S/. 900.00	S/. 900.00
26		Impresora con scanner	1	unidad	S/. 160.00	S/. 160.00
27		Silla de madera	1	unidad	S/. 18.50	S/. 18.50
28		Tacho de basura	1	unidad	S/. 10.00	S/. 10.00
29	LOBBY	Sillón de madera	1	unidad	S/. 80.00	S/. 80.00

30		Cojines	2	unidad	S/. 8.00	S/. 16.00
31		Mesita de centro	1	unidad	S/. 30.00	S/. 30.00
32	HOUSEKEEPING	Lámparas	6	unidad	S/. 25.00	S/. 150.00
33		Sábanas twin	48	unidad	S/. 38.00	S/. 1,824.00
34		Sábanas king	12	unidad	S/. 68.00	S/. 816.00
35		Almohadas	12	unidad	S/. 8.00	S/. 96.00
36		Toallas	18	Juego	S/. 45.00	S/. 810.00
37		Plumon twin	8	unidad	S/. 50.00	S/. 400.00
38		Plumon king	2	unidad	S/. 85.00	S/. 170.00
39		Colchones	11	unidad	S/. 200.00	S/. 2,200.00
40		Tarima	10	unidad	S/. 60.00	S/. 600.00
41		Mesita de noche	6	unidad	S/. 40.00	S/. 240.00
42		Percheros	30	unidad	S/. 2.00	S/. 60.00
43		Escoba	1	unidad	S/. 3.00	S/. 3.00
44		Recogedor de basura	1	unidad	S/. 3.00	S/. 3.00
45		Trapeador de piso y mopa	1	unidad	S/. 20.00	S/. 20.00
46		Hisopo de baño	1	unidad	S/. 10.00	S/. 10.00

47		Tachos de basura	6	unidad	S/. 5.00	S/. 30.00
----	--	------------------	---	--------	----------	-----------

		TOTAL
INVERSIÓN ACTIVO TANGIBLE		S/. 10,293.50

4.4.1.2 Inversión en activos fijos intangibles.

CUADRO DETALLADO DE LA INVERSIÓN EN ACTIVOS INTANGIBLES						
N°	AREA	CONCEPTO	CAN	U. ME.	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL
1	ADMINISTRACIÓN	Software de Ingreso y Salidas de Clientes	1	unidad	S/. 800.00	S/. 800.00
2		Licencia de funcionamiento	1	unidad	S/. 35.00	S/. 35.00
3		Registro de la marca INDECOPI	1	unidad	S/. 500.00	S/. 500.00

4	Inscripción en los registros públicos COFIDE	1	unidad	S/. 380.00	S/. 380.00
---	--	---	--------	------------	------------

	TOTAL
INVERSIÓN ACTIVO INTANGIBLE	S/. 1,715.00

4.4.1.3 Inversión en capital de trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO	
EXISTENCIAS	S/. 8,614.66
DISPONIBLE	S/. 14,338.50
EXIGIBLE	S/. 3,000.00
	S/. 25,953.16

Inversión en capital de trabajo:

Los tres (3) meses de gestión responden a: Costos Fijos y Costos Variables

RELACIÓN DE PRODUCTOS - VENTAS PROYECTADAS PARA TRES (3) MESES					
	PRODUCTO	N° DE PRODUCTOS VENDIDOS MAYO	N° DE PRODUCTOS VENDIDOS JUNIO	N° DE PRODUCTOS VENDIDOS JULIO	N° DE PRODUCTOS VENDIDOS EN TOTAL
I	Habitación Modelo A	36	60	60	156
II	Habitación Modelo B	36	60	60	156
III	Habitación Modelo C	36	60	60	156
4	Desayuno tradicional simple	36	60	60	156
5	Desayuno tradicional matrimonial	72	120	120	312
5	Desayuno tradicional triple	108	180	180	468
7	TOTAL	216	360	360	936

EXISTENCIAS:

PRODUCTO N° I		Habitación Modelo A						
N°	INSUMO/MATERIAL	CANTIDAD	CANTIDAD - MES 1	CANTIDAD - MES 2	CANTIDAD - MES 3	CANTIDAD TOTAL	PRECIO UNITRARIO	TOTAL
1	Jabón	1	36	60	60	156	S/. 0.50	S/. 78.00
2	Shampoo	1	36	60	60	156	S/. 0.50	S/. 78.00
3	Lavado de sábanas	3	108	180	180	468	S/. 1.50	S/. 702.00
4	Lavado de toallas	1	36	60	60	156	S/. 3.10	S/. 483.60
6	Bolsa de basura	1	36	60	60	156	S/. 0.10	S/. 15.60
7	Acondicionador	1	36	60	60	156	S/. 0.50	S/. 78.00
8	Lavado de fundas	1	36	60	60	156	S/.0.40	S/. 62.40
9	Productos de limpieza	1	36	60	60	156	S/. 0.70	S/. 109.20
10	Papel higiénico	1	36	60	60	156	S/. 0.80	S/. 124.80
								S/. 1,731.60

PRODUCTO N° II		Habitación Modelo B						
N°	INSUMO/MATERIAL	CANTIDAD	CANT.- MES 1	CANTIDAD - MES 2	CANT.- MES 3	CANT. TOTAL	PRECIO UNI.	TOTAL
1	Jabón	1	36	60	60	156	S/ 0.50	S/. 78.00
2	Shampoo	1	36	60	60	156	S/ 0.50	S/. 78.00
3	Lavado de sábanas	3	108	180	180	468	S/ 1.50	S/. 702.00
4	Lavado de toallas	1	36	60	60	156	S/ 4.90	S/. 764.40
6	Bolsa de basura	1	36	60	60	156	S/ 0.10	S/. 15.60
7	Acondicionador	1	36	60	60	156	S/ 0.50	S/. 78.00
8	Lavado de fundas	1	36	60	60	156	S/ 0.40	S/. 62.40
9	Productos de limpieza	1	36	60	60	156	S/ 1.00	S/. 156.00
10	Papel higiénico	2	72	120	120	312	S/ 0.80	S/. 249.60
								S/. 2,184.00

PRODUCTO N° III		Habitación Modelo C						
N°	INSUMO/MATERIAL	CANTIDAD	CANTIDAD - MES 1	CANTIDAD - MES 2	CANTIDAD - MES 3	CANTIDAD TOTAL	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Jabón	2	72	120	120	312	S/ 0.50	S/.156.00
2	Shampoo	2	72	120	120	312	S/.0.50	S/.156.00

3	Lavado de sábanas	3	108	180	180	468	S/. 1.50	S/.702.00
4	Lavado de toallas	1	36	60	60	156	S/. 7.30	S/.,138.80
6	Bolsa de basura	1	36	60	60	156	S/. 0.10	S/.15.60
7	Acondicionador	2	72	120	120	312	S/. 0.50	S/.156.00
8	Lavado de fundas	1	36	60	60	156	S/. 0.40	S/.62.40
9	Productos de limpieza	1	36	60	60	156	S/. 1.20	S/. 187.20
10	Papel higiénico	2	72	120	120	312	S/. 0.80	S/. 249.60
								S/.,2,823.60

PRODUCTO N° IV		Desayuno						
N°	INSUMO/MATERIAL	CANTIDAD	CANTIDAD - MES 1	CANTIDAD - MES 2	CANTIDAD - MES 3	CANTIDAD TOTAL	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Naranja (gr)	0.1	21.6	36	36	93.6	S/. 2.00	S/. 187.20
2	Mandarina (gr)	0.05	10.8	18	18	46.8	S/. 2.80	S/. 131.04
3	Piña (gr)	0.04	8.64	14.4	14.4	37.44	S/. 2.00	S/. 74.88
4	Uva (gr)	0.01	2.16	3.6	3.6	9.36	S/. 6.00	S/. 56.16
5	Café granulado (gr)	0.01	2.16	3.6	3.6	9.36	S/. 12.00	S/. 112.32

6	Mermelada aguaymanto	0.005	1.08	1.8	1.8	4.68	S/.	11.00	S/.	51.48
7	Choclo	0.14	30.24	50.4	50.4	131.04	S/.	3.00	S/.	393.12
8	Leche	0.05	10.8	18	18	46.8	S/.	4.00	S/.	187.20
9	Pan Chuta	0.03	6.48	10.8	10.8	28.08	S/.	3.00	S/.	84.24
10	azúcar	0.004	0.864	1.44	1.44	3.744	S/.	2.80	S/.	10.48
11	Papa	0.13	28.08	46.8	46.8	121.68	S/.	2.70	S/.	328.54
12	Sal	0.003	0.648	1.08	1.08	2.808	S/.	1.50	S/.	4.21
13	Palta	0.02	4.32	7.2	7.2	18.72	S/.	8.00	S/.	149.76
14	Huevo	0.016	3.456	5.76	5.76	14.976	S/.	7.00	S/.	104.83
									S/.	1,875.46

DISPONIBLE:

- El efectivo Disponible se utiliza para provisionar los pagos al personal.

RELACIÓN DE PERSONAL - CUADRO PROYECTADO PARA TRES (3) MESES

N°	CARGO	TIEMPO COMPLETO/PARCIAL	CANTIDAD - MES 1	CANTIDAD - MES 2	CANTIDAD - MES 3	CANTIDAD TOTAL	SUELDO	TOTAL
1	Administrador	TC	1	1	1	3	S/. 1,500.00	S/. 4,500.00
2	Camarera	TC	2	2	2	6	S/. 930.00	S/. 5,580.00
3	Contador	Personal externo	1	1	1	3	S/. 600.00	S/. 1,800.00
								S/. 11,880.00

RELACIÓN DE PAGO DE SERVICIOS - CUADRO PROYECTADO PARA TRES (3) MESES

N°	DESCRIPCION DEL SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD - MES 1	CANTIDAD - MES 2	CANTIDAD - MES 3	CANTIDAD TOTAL	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Agua	Cm3	1	1	1	3	S/. 300.00	S/. 900.00
2	Energía eléctrica	Kw	1	1	1	3	S/. 350.00	S/. 1,050.00

3	Internet + teléfono	Megabits	1	1	1	3	S/. 120.00	S/. 360.00
4	Balón de gas	Kg	1	1	1	3	S/. 38.00	S/. 114.00
								S/. 2,424.00

RELACIÓN DE UTILES DE OFICINA - CUADRO PROYECTADO PARA TRES (3) MESES								
N°	DESCRIPCION DEL SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD - MES 1	CANTIDAD - MES 2	CANTIDAD - MES 3	CANTIDAD TOTAL	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Clip	Unidad	30	30	30	90	S/. 0.03	S/. 2.70
2	Lapicero	Unidad	3	3	3	9	S/. 0.70	S/. 6.30
3	Papel bon	Unidad	60	60	60	180	S/. 0.10	S/. 18.00
4	Lápiz	Unidad	2	2	2	6	S/. 1.00	S/. 6.00
5	Borrador	Unidad	1	1	1	3	S/. 0.50	S/. 1.50
								S/. 34.50

EXIGIBLE:

- El Exigible se utiliza para provisionar los pagos por concepto de alquileres u otros de similar naturaleza.

RELACIÓN DE ALQUILERES - CUADRO PROYECTADO PARA TRES (3) MESES								
N°	CONCEPTO		CANTIDAD - MES 1	CANTIDAD - MES 2	CANTIDAD - MES 3	CANTIDAD TOTAL	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Alquiler del local		1	1	1	3	S/. 1,000.00	S/. 3,000.00

4.4.1.4 Estructura de la inversión total.

ESTRUCTURA DE LA INVERSION			%
CAPITAL PROPIO	S/.	22,385.20	33.03 %
CAPITAL FINANCIADO	S/.	45,411.86	66.97 %
INVERSION TOTAL	S/.	67,797.06	100 %

4.5. Fuentes Financieras

4.5.1 Financiamiento Interno.

El aporte propio ascendente a S/ 22,385.20 que representa el 33.03 % de la inversión total, será aportado por los socios quienes esperan una rentabilidad de 25% (costo de oportunidad).

RELACION DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO CON CAPITAL PROPIO						
APORTANTE	TIPO DE APORTANTE	TIPO DE APORTE	TÍTULO DEL APORTE	CANT.	VALORIZACIÓN POR UNIDAD	APORTE TOTAL
Brenda Berrocal	PN	D	Dinero	1	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00
Brenda Berrocal	PN	ND	Cocina a gas	1	S/. 150.00	S/. 150.00
Brenda Berrocal	PN	ND	Taza y plato de base para café	16	S/. 6.70	S/. 107.20
Brenda Berrocal	PN	ND	Platos trinche de cerámica	16	S/. 6.70	S/. 48.00
Brenda Berrocal	PN	D	Dinero	1	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00
Jorge Berrocal	PN	D	Dinero	1	S/. 4,000.00	S/.4,000.00
Jorge Berrocal	PN	ND	Cafetera eléctrica	1	S/. 50.00	S/.50.00
Brenda Berrocal	PN	ND	Palos de madera	40	S/. 30.00	S/. 1,200.00
Jorge Berrocal	PN	ND	Puertas de madera	2	S/. 300.00	S/. 600.00
Jorge Berrocal	PN	ND	Sofa de lobby	1	S/. 40.00	S/. 40.00
Brenda Berrocal	PN	ND	Mesa para comedor	3	S/. 20.00	S/. 60.00

Brenda Berrocal	PN	ND	Sillas para comedor	12	S/. 7.50	S/. 90.00
Jorge Berrocal	PN	ND	Carrizos	100	S/. 13.00	S/. 1,300.00
Brenda Berrocal	PN	ND	Estante de recepción	150	S/. 13.00	S/. 1,950.00
Jorge Berrocal	PN	ND	Adobe	4	S/.500.00	S/. 2,000.00
Brenda Berrocal	PN	ND	Teja	4	S/. 450.00	S/. 1,800.00
Jorge Berrocal	PN	ND	Madera para piso	31	S/. 30.00	S/. 930.00
Jorge Berrocal	PN	ND	Hervidor eléctrico	1	S/. 60.00	S/. 60.00

S/. 22,385.20

4.5.2. Financiamiento externo.

El 66,97 % de la inversión equivalente a SI. 45,386,86 será financiada mediante un préstamo otorgado por el Banco Interbank a través de su línea de crédito orientada a las pequeñas y medianas empresas con una tasa de interés efectiva de 1.94% mensual con un plazo de reembolso de 5 años, sin periodo de gracia.

$\text{Cuota mensual} = \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$									
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Valor de la cuota mensual:

$$\text{Cuota mensual} = 45,411.86 \frac{0.0194(1+0.0194)^n}{(1+0.0194)^n - 1} = 1,289.00$$

El valor de la cuota también puede determinarse mediante la fórmula de Excel: = PAGO (0.0194,60,- 45,411.86)

Interés, por ejemplo:

= PAGOPRIN (0.0194, 1, 60,- 45,386.86) = 406

= PAGOPRIN (0.0194,2, 60,- 45,386.86) = 414

= PAGOINT (0.0194,1, 60,- 45,386.86) = 882

= PAGOINT (0.0194,2, 60,- 45,386.86) = 875

FLUJO DEL SERVICIO DE LA DEUDA

Préstamo	S/. 45,411.86
TEA	26%
TEM	1.94%

Nper	60
Cuota	S/. 1,288.52

Periodo	Saldo Deudor	Interés	Amortización	Cuota
0	45,412			
1	45,006	882	406	1,289
2	44,592	875	414	1,289
3	44,170	867	422	1,289
4	43,740	858	430	1,289
5	43,301	850	439	1,289
6	42,854	841	447	1,289
7	42,398	833	456	1,289
8	41,934	824	465	1,289
9	41,460	815	474	1,289
10	40,977	806	483	1,289
11	40,485	796	492	1,289
12	39,983	787	502	1,289

13	39,472	777	512	1,289
14	38,950	767	521	1,289
15	38,419	757	532	1,289
16	37,877	747	542	1,289
17	37,324	736	552	1,289
18	36,761	725	563	1,289
19	36,187	714	574	1,289
20	35,601	703	585	1,289
21	35,005	692	597	1,289
22	34,396	680	608	1,289
23	33,776	668	620	1,289
24	33,144	656	632	1,289
25	32,500	644	644	1,289
26	31,843	632	657	1,289
27	31,173	619	670	1,289
28	30,490	606	683	1,289
29	29,794	593	696	1,289
30	29,085	579	710	1,289

31	28,361	565	723	1,289
32	27,624	551	737	1,289
33	26,872	537	752	1,289
34	26,106	522	766	1,289
35	25,325	507	781	1,289
36	24,528	492	796	1,289
37	23,716	477	812	1,289
38	22,889	461	828	1,289
39	22,045	445	844	1,289
40	21,185	428	860	1,289
41	20,308	412	877	1,289
42	19,414	395	894	1,289
43	18,503	377	911	1,289
44	17,574	360	929	1,289
45	16,627	342	947	1,289
46	15,662	323	965	1,289
47	14,677	304	984	1,289
48	13,674	285	1003	1,289

49	12,651	266	1023	1,289
50	11,609	246	1043	1,289
51	10,546	226	1063	1,289
52	9,462	205	1084	1,289
53	8,357	184	1105	1,289
54	7,231	162	1126	1,289
55	6,083	141	1148	1,289
56	4,913	118	1170	1,289
57	3,720	95	1193	1,289
58	2,504	72	1216	1,289
59	1,264	49	1240	1,289
60	0	25	1264	1,289
		31,899.21	45,411.86	77,311.07
			77,311.07	

Puntos importantes del flujo de la deuda:

- ✓ El préstamo es el total del dinero financiado con deuda
- ✓ La TEA es la Tasa Efectiva Anual

- ✓ La TEM es la Tasa Efectiva Mensual
- ✓ Nper es el número de meses de vigencia del préstamo.
- ✓ La Cuota, es el pago mensual por el préstamo que incluye: préstamo e interés.

Resumen anual de pagos:

FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
Préstamo	45,412					
Amortización		-5,429	-6,839	-8,616	-10,854	-13,674
Interés		-10,034	-8,623	-6,846	-4,608	-1,788
Escudo tributario		3,010	2,587	2,054	1,382	536
Total financiamiento neto		-12,452	-12,875	-13,408	-14,080	-14,926

CONCEPTO	TOTALES
Principal	

Amortización	-45,412
Interés	-31,899
Escudo tributario	9,570
Flujo de financiamiento	-67,741

RELACION DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y ENDEUDAMIENTO

APORTANTE	TIPO DE APORTANTE	TIPO DE APORTE	TÍTULO DEL APORTE	CANTIDAD	VALORIZACIÓN POR UNIDAD	APORTE TOTAL	TASA DE INTERÉS ANUAL	TASA DE INTERÉS MENSUAL	N° DE MESES	CUOTA MENSUAL (S/.)
INTERBANK	PJ	Dinerario	Nuevos soles	1	S/. 45,411.86	S/. 45,411.86	26%	1.94%	60	S/. 1,288.52

4.6. Condiciones de Crédito

TASA DE INTERÉS ANUAL	TASA DE INTERÉS MENSUAL	N° DE MESES	CUOTA MENSUAL (S/.)
26%	1.94%	60	S/. 1,288.52

CAPÍTULO 5. ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

5.1 Presupuesto de los costos

	Mercado Real	Sondeo	Porcentaje
Mercado Potencial	215,976.00	270	
Mercado Disponible	3,240.00	270	100%
Mercado Efectivo	2,160.00	157	58%
	5.92		

INCREMENTO DE LA DEMANDA POR AÑO		5%	5%	5%	5%
NÚMERO DE CLIENTES POR AÑO					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRONOSTICO DE LA DEMANDA	3504	3679	3863	4056	4259

UNIDADES VENDIDAS POR PRODUCTO						
N°	PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Habitación Modelo A	540	567	595	625	656
2	Habitación Modelo B	540	567	595	625	656
3	Habitación Modelo C	540	567	595	625	656

INCREMENTO DE PRECIOS POR AÑO		2%	2%	2%	2%	
LISTADO DE PRECIOS UNITARIOS						
N°	PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Habitación Modelo A	S/. 93.64	S/. 95.51	S/. 97.42	S/. 99.37	S/. 101.36
2	Habitación Modelo B	S/. 104.50	S/. 106.59	S/. 108.72	S/. 110.90	S/. 113.11
	Habitación Modelo C	S/. 117.01	S/. 119.35	S/. 121.74	S/. 124.17	S/. 126.66

CUADRO DE VENTAS (S/.)						
N°	PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Habitación Modelo A	S/. 50,564.25	S/. 54,154.31	S/. 57,999.27	S/. 62,117.22	S/. 66,527.54
2	Habitación Modelo B	S/. 56,430.00	S/. 60,436.53	S/. 64,727.52	S/. 69,323.18	S/. 74,245.12
3	Habitación Modelo C	S/. 63,186.75	S/. 67,673.01	S/. 72,477.79	S/. 77,623.72	S/. 83,135.00
	VENTAS TOTALES (S/.)	S/. 170,181.00	S/. 182,263.85	S/. 195,204.58	S/. 209,064.11	S/. 223,907.66

5.2. Punto de equilibrio

Costo Fijo

S/ 30,603.16

Precio de Venta

S/ 105.00

Costo Unitario

S/ 70.00

PUNTO DE EQUILIBRIO

874

5.3. Estado de ganancias y pérdidas

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS / VENTAS		S/. 170,181.00	S/. 182,263.85	S/. 195,204.58	S/. 209,064.11	S/. 223,907.66
Habitación Simple - Modelo A		S/. 50,564.25	S/. 54,154.31	S/. 57,999.27	S/. 62,117.22	S/. 66,527.54
Habitación Matrimonial - Modelo B		S/. 56,430.00	S/. 60,436.53	S/. 64,727.52	S/. 69,323.18	S/. 74,245.12
Habitación Triple - Modelo C		S/. 63,186.75	S/. 67,673.01	S/. 72,477.79	S/. 77,623.72	S/. 83,135.00
COSTOS Y GASTOS		S/. 141,601.19	S/. 147,901.27	S/. 128,063.75	S/. 134,072.27	S/. 140,391.66
Costos		S/. 35,425.19	S/. 36,133.69	S/. 36,856.37	S/. 37,962.06	S/. 39,100.92
Habitación Simple		S/. -5,994.00	S/. -6,113.88	S/. -6,236.16	S/. -6,423.24	S/. -6,615.94
Habitación Matrimonial		S/. -7,776.00	S/. -7,931.52	S/. -8,090.15	S/. -8,332.85	S/. -8,582.84
Habitación Triple		S/. -15,066.00	S/. -15,367.32	S/. -15,674.67	S/. -16,144.91	S/. -16,629.25
Desayuno tradicional		S/. -6,589.19	S/. -6,720.97	S/. -6,855.39	S/. -7,061.05	S/. -7,272.88
GASTOS		S/. 106,176.00	S/. 111,767.58	S/. 91,207.38	S/. 96,110.22	S/. 101,290.74
Alquiler		S/. -12,000.00	S/. -12,600.00	S/. 13,230.00	S/. 13,891.15	S/. 14,585.70
Servicios		S/. -9,696.00	S/. -10,180.80	S/. -10,689.84	S/. -11,224.33	S/. -11,785.55
Gastos Administrativos		S/. -138.00	S/. -139.38	S/. -140.77	S/. -142.18	S/. -143.60
Sueldos		S/. -66,120.00	S/. -70,087.20	S/. -74,292.43	S/. -78,749.98	S/. -83,474.98
Gastos de Marketing		S/. -1,692.00	S/. -1,734.30	S/. -1,777.66	S/. -1,822.10	S/. -1,867.65
Gastos de Venta		S/. -16,530.00	S/. -17,025.90	S/. -17,536.68	S/. -18,062.78	S/. -18,604.66
INGRESOS Y EGRESOS		S/. 28,579.81	S/. 34,362.58	S/. 67,140.84	S/. 74,991.84	S/. 83,516.00

5.4. Presupuesto de ingresos

Presupuesto de Compra:

RELACIÓN DE PRODUCTOS - VENTAS PROYECTADAS PARA CINCO (5) AÑOS						
N°	PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Habitación Modelo A	540	551	562	579	596
2	Habitación Modelo B	540	551	562	579	596
3	Habitación Modelo C	540	551	562	579	596
4	Desayuno (1 persona)	540	551	562	579	596
5	Desayuno (2 personas)	1080	1102	1124	1157	1192
6	Desayuno (3 personas)	1620	1652	1685	1736	1788
7	TOTAL	3240	3305	3371	3472	3576

Presupuesto de Producción:

COSTO DE MATERIA PRIMA (S/.)						
N°	PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Habitación Modelo A	S/. 5,994.00	S/. 6,113.88	S/. 6,236.16	S/. 6,423.24	S/. 6,615.94
2	Habitación Modelo B	S/. 7,776.00	S/. 7,931.52	S/. 8,090.15	S/. 8,332.85	S/. 8,582.84
3	Habitación Modelo C	S/. 15,066.00	S/. 15,367.32	S/. 15,674.67	S/. 16,144.91	S/. 16,629.25
4	Desayuno	S/. 6,589.19	S/. 6,720.97	S/. 6,855.39	S/. 7,061.05	S/. 7,272.88
	TOTAL	S/. 35,425.19	S/. 36,133.69	S/. 36,856.37	S/. 37,962.06	S/. 39,100.92

COSTO DE MANO DE OBRA (S/.)							
N°	CARGO	TIEMPO COMPLETO/PARCIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Administrador	TC	S/. 18,000.00				
2	Contador	Personal externo	S/. 7,200.00	S/. 8,400.00	S/. 8,400.00	S/. 8,400.00	S/. 8,400.00
3	Camarera	TC	S/. 22,320.00				
4							
	Totales		S/. 47,520.00	S/. 48,720.00	S/. 48,720.00	S/. 48,720.00	S/. 48,720.00

COSTOS INDIRECTOS (S/.)							
N°	DESCRIPCION DEL SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Agua	Cm3	S/. 1,200.00				
2	Energía eléctrica	Kw	S/. 2,400.00				
3	Internet + teléfono	Megabits	S/. 1,440.00				
4	Balón de gas	Kw	S/. 420.00				
5	Alquiler del local	unidad	S/. 9,600.00				
6	Utiles de oficina	unidad	S/. 40.80				
7	Maceteros grandes	unidad	S/. 20.00				
8	Manta	unidad	S/. 45.00				
9	Cuadros	unidad	S/. 200.00				
10	Uniforme	unidad	S/. 100.00				
	Totales		S/. 15,465.80				

Presupuesto de Costo de Venta:

COSTO DE MATERIA PRIMA (S/.)						
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
TOTAL	S/. 35,425.19	S/. 36,133.69	S/. 36,856.37	S/. 37,962.06	S/. 39,100.92	

COSTO DE MANO DE OBRA (S/.)						
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
TOTAL	S/. 47,520.00	S/. 48,720.00	S/. 48,720.00	S/. 48,720.00	S/. 48,720.00	

COSTOS INDIRECTOS (S/.)						
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
TOTAL	S/. 15,465.80					

5.5. Presupuesto de egresos**Gastos Administrativos:**

RELACION DE GASTOS ADMINISTRATIVOS POR AÑO (S/.)								
N°	CONCEPTO	CARACTERISTICA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
1	Clip	unidad	S/. 3.60	S/. 3.80	S/. 4.00	S/. 4.20	S/. 4.40	
2	Lapicero	unidad	S/. 18.00	S/. 18.30	S/. 18.60	S/. 18.90	S/. 19.20	
3	Papel bond	unidad	S/. 7.20	S/. 7.60	S/. 8.00	S/. 8.40	S/. 8.80	
4	Lápiz	unidad	S/. 6.00	S/. 6.20	S/. 6.40	S/. 6.60	S/. 6.80	
5	Borrador	unidad	S/. 6.00	S/. 6.20	S/. 6.40	S/. 6.60	S/. 6.80	
6	Uniforme	unidad	S/. 100.00	S/. 110.00	S/. 120.00	S/. 130.00	S/. 140.00	

Gastos de Marketing:

RELACION DE GASTOS DE MARKETING POR AÑO (S/.)								
N°	CONCEPTO	CARACTERISTICA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
1	Página web	1	S/. 960.00	S/. 984.00	S/. 1,008.60	S/. 1,033.82	S/. 1,059.66	
2	Lapiceros	50	S/. 600.00	S/. 615.00	S/. 630.38	S/. 646.13	S/. 662.29	
3	Llaveros de madera	8	S/ 32.00	S/. 32.80	S/. 33.62	S/. 34.46	S/. 35.32	
4	Uniforme	1	S/ 100.00	S/. 102.50	S/. 105.06	S/. 107.69	S/. 110.38	
		TOTAL	S/. 1,692.00	S/. 1,734.30	S/. 1,777.66	S/. 1,822.10	S/. 1,867.65	

Gastos de Ventas:

RELACION DE GASTOS DE VENTA POR AÑO (S/.)								
N°	CONCEPTO	CARACTERISTICA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
1	Comisiones Agencia de viaje (50%)	10%	S/. 8,322.00	S/. 8,571.66	S/. 8,828.81	S/. 9,093.67	S/. 9,366.48	
2	Comisiones de Booking (50%)	16%	S/. 8,208.00	S/. 8,454.24	S/. 8,707.87	S/. 8,969.10	S/. 9,238.18	
		TOTAL	S/. 16,530.00	S/. 17,025.90	S/. 17,536.68	S/. 18,062.78	S/. 18,604.66	

5.6. Flujo de Caja Proyectado

5.6.1. Flujo de Caja económico proyectado

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS / VENTAS		S/. 170,181.00	S/. 182,263.85	S/. 195,204.58	S/. 209,064.11	S/. 223,907.66
Habitación Simple - Modelo A		S/. 50,564.25	S/. 54,154.31	S/. 57,999.27	S/. 62,117.22	S/. 66,527.54
Habitación Matrimonial - Modelo B		S/. 56,430.00	S/. 60,436.53	S/. 64,727.52	S/. 69,323.18	S/. 74,245.12
Habitación Triple - Modelo C		S/. 63,186.75	S/. 67,673.01	S/. 72,477.79	S/. 77,623.72	S/. 83,135.00
COSTOS Y GASTOS		S/. 141,601.19	S/. 147,901.27	S/. 128,063.75	S/. 134,072.27	S/. 140,391.66
Costos		S/. 35,425.19	S/. 36,133.69	S/. 36,856.37	S/. 37,962.06	S/. 39,100.92
Habitación Simple		S/. -5,994.00	S/. -6,113.88	S/. -6,236.16	S/. -6,423.24	S/. -6,615.94
Habitación Matrimonial		S/. -7,776.00	S/. -7,931.52	S/. -8,090.15	S/. -8,332.85	S/. -8,582.84
Habitación Triple		S/. -15,066.00	S/. -15,367.32	S/. -15,674.67	S/. -16,144.91	S/. -16,629.25
Desayuno tradicional		S/. -6,589.19	S/. -6,720.97	S/. -6,855.39	S/. -7,061.05	S/. -7,272.88
GASTOS		S/. 106,176.00	S/. 111,767.58	S/. 91,207.38	S/. 96,110.22	S/. 101,290.74
Alquiler		S/. -12,000.00	S/. -12,600.00	S/. 13,230.00	S/. 13,891.15	S/. 14,585.70
Servicios		S/. -9,696.00	S/. -10,180.80	S/. -10,689.84	S/. -11,224.33	S/. -11,785.55
Gastos Administrativos		S/. -138.00	S/. -139.38	S/. -140.77	S/. -142.18	S/. -143.60
Sueldos		S/. -66,120.00	S/. -70,087.20	S/. -74,292.43	S/. -78,749.98	S/. -83,474.98
Gastos de Marketing		S/. -1,692.00	S/. -1,734.30	S/. -1,777.66	S/. -1,822.10	S/. -1,867.65
Gastos de Venta		S/. -16,530.00	S/. -17,025.90	S/. -17,536.68	S/. -18,062.78	S/. -18,604.66
INGRESOS Y EGRESOS		S/. 28,579.81	S/. 34,362.58	S/. 67,140.84	S/. 74,991.84	S/. 83,516.00

Flujo de Caja Económico	
TIR	44%
COK	11.19%
VAN	65,852.82
PR	1
B/C	2.02

5.6.2. Flujo de Caja Financiero Proyectado

Inversión Inicial		-72,422									
Inversión Activo Tangible	-	10,268.50									
Inversión Activo Intangible	-	1,715.00									
Gastos Pre Operativos	-	29,835.40									
Capital de Trabajo	-	30,603.16									
Utilidad Antes de Impuestos		S/.	28,579.81	S/.	34,362.58	S/.	67,140.84	S/.	74,991.84	S/.	83,516.00
Impuesto a la renta (30%)		S/.	-8,573.94	S/.	-10,308.77	S/.	-20,142.25	S/.	-22,497.55	S/.	-25,054.80

Flujo de Caja Económico	-72,422	20,006	24,054	46,999	52,494	58,461
Servicio de Deuda	50,037	-17,037	-17,037	-17,037	-17,037	-17,037
Escudo Fiscal		3,317	2,850	2,263	1,523	591
Flujo de Caja Financiero	-22,385	6,286	9,867	32,225	36,981	42,015

Flujo de Caja Financiero	
TIR	61%
WACC	16%
VAN	90,077.44
PR	1
B/C	5.02

5.7. Balance General

Balance General al inicio de operaciones			
ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja y bancos	55,789	Préstamo bancario	45,412
ACTIVO NO CORRIENTE			
Inmueble, maquinaria y equipo	1,810	PATRIMONIO	22,385
Otros Activos	8,484		
Inversiones intangibles	1,715		
TOTAL ACTIVO	67,797	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	67,797

CAPÍTULO 6. EVALUACIÓN

6.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición

Valor Actual Neto Económico					
VA =	<u>1</u>	<u>1</u>	<u>1</u>	<u>1</u>	<u>1</u>
	$(1+i)^1$	$(1+i)^2$	$(1+i)^3$	$(1+i)^4$	$(1+i)^5$
VA =	<u>33,026</u>	<u>34,912</u>	<u>36,837</u>	<u>38,542</u>	<u>40,273</u>
	1.1119	1.2363	1.3747	1.5285	1.6995
VA =	29,702	28,239	26,797	25,215	23,696
VA =	133,650				
VANE =	65,853				
Tasa Interna de Retorno Económica					
TIR =	44%				

Período de Recuperación de la Inversión					
0	1	2	3	4	5
-67,797	29,702	28,239	26,797	25,215	23,696

n	VA	VA (Acum)		
0	-67,797	-67,797		
1	29,702	-38,095	Años	1
2	28,239	-9,856	meses	-16
3	26,797	16,941		4
4	25,215	42,156	La recuperación es un año y 4 meses.	
5	23,696	65,853		

Beneficio costo	
<u>133,650</u>	2.02
66,212	

COK - MODELO CAPM		
Rf		2.40%
Beta		1
Prima de riesgo	Rm	10.0%
	Rf	2.4%
	(Rm-Rf)	7.6%
Riesgo país		1.19%
CAPM =		11.1900%

La tasa del accionista es 11.9%

6.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

Valor Actual Neto Financiero					
VA =	<u>1</u>	<u>1</u>	<u>1</u>	<u>1</u>	<u>1</u>
	$(1+i)^1$	$(1+i)^2$	$(1+i)^3$	$(1+i)^4$	$(1+i)^5$
VA =	<u>20,574</u>	<u>22,037</u>	<u>23,428</u>	<u>24,462</u>	<u>25,347</u>
	1.1589	1.3429	1.5563	1.8035	2.0900
VA =	17,753	16,410	15,054	13,564	12,128
VA =	74,909				
VANF =	52,523				

Tasa Interna de Retorno Financiero	
TIR =	94%

Período de Recuperación de la Inversión					
0	1	2	3	4	5
-67,797	17,753	16,410	15,054	13,564	12,128

n	VA	VA (Acum)
0	-67,797	-67,797

1	17,753	-50,044	Años	1
2	16,410	-33,634	meses	-37
3	15,054	-18,580		27
4	13,564	-5,016	La recuperación del capital es en un año y mes	
5	12,128	7,112		

Beneficio costo	
<u>74,909</u>	3.35
22,385	

WACC		
INVERSIÓN TOTAL		67,797
CAPITAL PROPIO		22,385
PRÉSTAMO BANCARIO		45,412
TEA		26%
IMPUESTO A LA RENTA		30%
COK		11.19%

WACC	16%
-------------	------------

6.3. Evaluación Social

El proyecto influirá en Los siguientes aspectos socioeconómicos:

- Generación de empleo directo dando oportunidad a personas que ingresaran a laborar en la empresa
- Generación de empleo indirecto, toda vez que la empresa requerirá de bienes y servicios de otras empresas.
- La empresa contribuirá con el pago de sus tributos a incrementar Los ingresos del Estado.
- El producto ofertado a nuestros clientes les permitirá posicionarse con una buena imagen influyendo en su productividad.

6.4. Impacto Ambiental

En cuanto al impacto ambiental que se causaría sería mínima. Las maquinas industriales para la implementación de hospedaje como la máquina de cocina y computarizada no causan demasiado daño a la ecología del planeta ni al medio ambiente.

El proceso de implementación de un hospedaje no genera residuos tóxicos cuya eliminación pueda afectar al medio ambiente.

CAPÍTULO 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

1. Que la ubicación de mi local hace factible que mis clientes encuentren más fácilmente mi negocio por encontrarse estratégicamente ubicado en Barranco, cerca al distrito de Miraflores.
2. Que la estructura orgánica permite establecer sinergias y determinar las funciones que hacen que la implementación de las estrategias sean efectuadas menor costo y esfuerzo que reduzca el impacto de la rentabilidad del negocio.
3. Que al haberse escogido ser una Sociedad Anónima Cerrada (SAC) permite que identificar ventajas en el sistema bancarios donde la

obtención de un crédito es menos oneroso por que la tasa que cobra es de 26.% a comparación de ser EIRL, que colocan trabas para brindar crédito.

4. Que se ha podido determinar que en el aspecto cuantitativo la oferta del servicio o producto hay poca competencia lo que permite calcular la capacidad productiva de nuestra empresa, lo que estaría cubriendo un 25% de la oferta en el sector de hospedajes como albergues o hostel.
5. Que una de las grandes ventajas comparativas es que el producto o servicio que se pretende ofrecer es innovador lo que implica explotar un mercado novedoso.
6. Una de los factores determinantes es que la tecnología que utilizamos permite reducir tiempo en los procesos.
7. La localización del negocio permite acercar a proveedores con el negocio de modo que la empresa reduce costos.
8. En cuanto al capital de trabajo el plan de negocio considera que dada la rotación de ventas permite recuperarlo en meses.
9. En las fuentes de financiamiento, se ha considerado que el financiamiento propio en 31% y del banco en un 69%, lo que permite rentabilizar el negocio.
10. En las fuentes de financiamientos todas ellas han solicitado requisitos de ingresos y respaldo para brindar el crédito.
11. Una de las mayores ventajas ha sido haber obtenido condiciones blandas de crédito con un periodo de gracia de 5 años y a una tasa de 26%.
12. En el plan se ha considerado un presupuesto de ventas de 170,181.00 soles que al haberse determinado el monto mínimo de ventas se logra el punto de equilibrio en unidades.
13. Se ha podido determinar en el estado de pérdidas y ganancias que las utilidades antes de impuestos asciende a 28,579.81 soles respecto

al primer año.

14. Unos de los principales egresos del presupuesto de flujo de caja es la mano de obra con un 64% del total de egresos, debido a que el giro de negocio corresponde a brindar servicio a los clientes, además el pago anual al cubrir al personal incrementa cada año.
15. Como el $VANE > 0$, entonces el proyecto es rentable desde el punto de vista económico, permite recuperar todo el capital invertido y genera un beneficio adicional de s/.65,853.00.
16. Respecto al TIRE (44%) es mayor que el costo de oportunidad (25%), en consecuencia según este indicador de rentabilidad también se concluye que el proyecto es rentable económicamente.
17. Por otro lado, como el $VANF = S/ 52,523 > 0$ y la $TIRF = 94\% > \text{Costo de oportunidad} = 25\%$, concluimos que el proyecto es rentable financieramente.

7.2. Recomendaciones

Se debe establecer correctamente a que forma jurídica se inclinará la empresa, ya que tienen diferentes características y de acuerdo a ello se podrá obtener beneficios en mano de obra, en créditos y reducir costos futuros.

Por otro lado, se debe analizar constantemente el mercado, el turismo aumenta con los años, pero los gustos y preferencias de igual manera, por lo que debemos estar equilibrados y brindar servicios de acuerdo a ello.

El enfoque tecnológico que tendremos para promocionar, se realizará en las páginas más conocidas tanto como personales, como Facebook, Instagram, youtube y como páginas de reservas, como es booking.com, que es la página más frecuentada. Adicionalmente, se recomienda realizar un análisis de cuántas visitas presenta cada página.

Los estados financieros permiten establecer estrategias futuras para la mejora y crecimiento del negocio.

Referencias:

- 1) Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas. CIIU Revisión 4.
Recuperado de
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf
- 2) Thompson Arthur y Strickland A. J. III, Mc Graw Hill (2001).
Administración Estratégica Conceptos y Casos (11va. Edición)
- 3) Plano distrital de Barranco. Recuperado de:
<http://www.munibarranco.gob.pe/pdf/funcionamiento/PROCEDIMIENTO/PLANO%20FZM.pdf>
- 4) SUNAFIL (Superintendencia nacional de Fiscalización laboral)
recuperado de: <http://ucsp.edu.pe/wp-content/uploads/2017/04/PPT-RLE-MYPE-INPA.pdf>
- 5) Municipalidad de Barranco. Flujograma para obtener licencia de funcionamiento. Recuperado de:
<http://www.munibarranco.gob.pe/pdf/funcionamiento/PROCEDIMIENTO/Procedimientos.pdf>
- 6) Municipalidad de Barranco. Requisitos y costos de Licencia de Funcionamiento.
Recuperado de:
<http://www.munibarranco.gob.pe/pdf/funcionamiento/PROCEDIMIENTO/Requisitos.pdf>
- 7) SUNAT. Régimen Especial-RER. Recuperado de:
<http://emprender.sunat.gob.pe/como-me-conviene-tributar>

8) Derechos laborales comunes al régimen laboral general y régimen laboral especial de micro y pequeña empresa. Recuperado de:

http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/DLT_formacion_laboral.pdf

9) Vilela Espinosa, Anna. Contrato de Trabajo y Contrato de Locación de Servicios. Recuperado de:

http://www.adapt.it/boletinespanol/fadocs/NL_3_1.pdf

10) Resultados de encuestas realizado por PROMPERU hacia los turistas extranjeros. Recuperado de

<https://www.promperu.gob.pe/turismoIN/sitio/publicaciones>

11) Reportes estadísticos de turismo realizado por MINCETUR. Recuperado de:

<https://www.mincetur.gob.pe/turismo/reportes-estadisticos-de-turismo/>

12) Concepto de 4p's de Marketing. Recuperado de:

<https://marketingdecontenidos.com/4ps-del-marketing/>

13) Centro de Información de datos del turismo por MINCETUR. Recuperado de:

https://www.mincetur.gob.pe/centro_de_informacion/datos_turismo.htm#

14) Pachas, C. y Vilchez, F. (2015). Planeamiento Estratégico de la Industria Hotelera para el Turismo Receptivo (tesis de postgrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperado de:

http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/7723/PACHAS_VILCHEZ_PLANEAMIENTO_HOTELERA.pdf?sequence=1

15) Carbajal, E. (2007). Estudio de Pre-Factibilidad para la implementación de un ecolodge en la ciudad de Huaraz (tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperado de:

[Titulo/Capitulo%203%20%20Estudio%20Tecnico/CARBAJAL_EDUARDO_ESTUDIO_DE_PREFACTIBILIDAD_PARA_LA_IMPLEMENTACION_DE_UN_ECOLODGE_EN_LA_CIUADAD_DE_HUARAZ.pdf](#)