



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

**SERVICIO DE ALOJAMIENTO RURAL PARA TURISTAS  
EN LA COMUNIDAD CAMPESINA SAN JUAN DE  
YURACMAYO, PROVINCIA DE HUAROCHIRÍ,**

**DEPARTAMENTO DE LIMA**



**PRESENTADO POR  
BRESCIA ROXANA SERRANO RICALDE**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL  
PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN**

**LIMA – PERÚ**

**2021**



**CC BY-NC-ND**

**Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

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



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

**SERVICIO DE ALOJAMIENTO RURAL PARA TURISTAS EN LA COMUNIDAD  
CAMPESENA SAN JUAN DE YURACMAYO, PROVINCIA DE HUAROCHIRÍ,  
DEPARTAMENTO LIMA.**

**PRESENTADO POR:  
BRESCIA ROXANA SERRANO RICALDE**

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

**LIMA - PERÚ**

**2021**

A la memoria de mis queridos abuelos, Marcelino y Eudocia, quienes me enseñaron cuán importante es la familia. A ellos les dedico mis logros pasados, presentes y venideros en el camino de la vida.

Agradezco a Dios por siempre darme la fuerza para enfrentar los problemas, a mi Madre por su amor y soporte en triunfos y derrotas, y a todos mis buenos maestros por cada enseñanza brindada.

## INDICE DE CONTENIDO

<b>Dedicatoria</b> .....	<b>ii</b>
<b>Agradecimiento</b> .....	<b>iii</b>
<b>INDICE</b> .....	<b>iv</b>
<b>INDICE DE TABLAS</b> .....	<b>vii</b>
<b>INDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>xiv</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>15</b>
<b>CAPÍTULO I: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES</b> .....	<b>17</b>
1.1. Razón social .....	17
1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU) .....	17
1.3. Ubicación Geográfica y Factibilidad Municipal y Sectorial .....	18
1.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha .....	19
1.5. Ley de MYPES.....	22
1.6. Estructura Orgánica de la empresa. ....	23
1.7. Cuadro de asignación de personal. ....	27
1.8. Forma Jurídica Empresarial .....	28
1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI .....	30
1.10. Requisitos y Trámites Municipales.....	31
1.11. Régimen Tributario .....	32
1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME). ....	33
1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	34
1.14. Modalidades de Contratos Laborales. ....	35
1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas. ...	35
<b>CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	<b>36</b>
2.1. Descripción del Entorno del Mercado .....	36
2.2. Ámbito de acción del negocio .....	38
2.3. Descripción del bien o del servicio.....	56
2.4. Estudio de la demanda .....	60
2.5. Estudio de la oferta .....	73

2.6. Determinación de la demanda insatisfecha .....	77
2.7. Proyecciones y provisiones para comercializar .....	80
2.8. Descripción de la política comercial.....	81
2.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio .....	85
<b>CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO.....</b>	<b>86</b>
3.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes .....	86
3.2. Proceso y Tecnología .....	89
3.3. Localización del negocio, Factores determinantes .....	110
<b>CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO....</b>	<b>115</b>
4.1. Inversión Fija .....	115
4.2. Capital de Trabajo.....	121
4.3. Inversión Total .....	128
4.4. Estructura de la inversión y financiamiento.....	129
<b>CAPÍTULO V: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS</b>	<b>130</b>
5.1. Presupuesto de los costos.....	130
5.2. Punto de equilibrio .....	131
5.3. Estado de ganancias y pérdidas .....	133
5.4. Presupuesto de ingresos .....	134
5.5. Presupuesto de egresos.....	141
5.6. Flujo de Caja proyectado .....	148
5.7. Balance general.....	149
<b>CAPÍTULO VI: EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO .....</b>	<b>150</b>
6.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición .....	150
6.3. Evaluación Social.....	158
6.4. Impacto Ambiental .....	159

<b>CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>160</b>
7.1. Conclusiones .....	160
7.2. Recomendaciones .....	164
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>166</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>170</b>

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 .....	25
<i>Cuadro de Funciones Yuracmayo Lodge S.R.L</i> .....	25
Tabla 2 .....	27
<i>Cuadro de Asignación de Personal Yuracmayo Lodge S.R.L</i> .....	27
Tabla 3 .....	28
<i>Aspectos importantes de la S.R.L.</i> .....	28
Tabla 4 .....	29
<i>Procesos para la constitución de la empresa.</i> .....	29
Tabla 5 .....	32
<i>Obligaciones del Régimen MYPE Tributario</i> .....	32
Tabla 6 .....	40
<i>Turista extranjero que visita el Perú con motivo de vacaciones.</i> .....	40
Tabla 7 .....	40
<i>Vacacionista nacional que viaja con motivo de vacaciones</i> .....	40
Tabla 8 .....	44
<i>Rivalidad entre competidores Yuracmayo Lodge S.R.L</i> .....	44
Tabla 9 .....	46
<i>Amenaza de productos sustitutos Yuracmayo Lodge S.R.L</i> .....	46
Tabla 10 .....	47
<i>Poder de negociación de los clientes Yuracmayo Lodge S.R.L</i> .....	47
Tabla 11 .....	48
<i>Poder de negociación de los proveedores Yuracmayo Lodge S.R.L</i> .....	48
Tabla 12 .....	49
<i>Amenaza de nuevos competidores Yuracmayo Lodge S.R.L</i> .....	49
Tabla 13 .....	50
<i>Matriz EFI Yuracmayo Lodge S.R.L</i> .....	50
Tabla 14 .....	51
<i>Puntuación Matriz EFI Yuracmayo Lodge S.R.L</i> .....	51
Tabla 15 .....	52
<i>Matriz EFE Yuracmayo Lodge S.R.L</i> .....	52
Tabla 16 .....	53
<i>Puntuación Matriz EFE Yuracmayo Lodge S.R.L</i> .....	53
Tabla 17 .....	55
<i>Matriz FODA Yuracmayo Lodge S.R.L</i> .....	55
Tabla 18 .....	57

<i>Ficha Técnica Yuracmayo Lodge S.R.L</i> .....	57
Tabla 19 .....	58
<i>Servicio de alojamiento según el tipo habitación</i> .....	58
Tabla 20 .....	60
<i>Población turista extranjero que visitó Lima (2015 - 2019)</i> .....	60
Tabla 21 .....	61
<i>Población vacacionista nacional que visitó Lima (2015 - 2019)</i> .....	61
Tabla 22 .....	62
<i>Población proyectada de turista extranjero que visita Lima (2021 - 2025)</i> ...62	
Tabla 23 .....	63
<i>Población proyectada de vacacionista nacional que visita Lima(2021-2025)</i> 63	
Tabla 24 .....	64
<i>Turista extranjeros según rango de edades</i> .....	64
Tabla 25 .....	64
<i>Vacacionista nacional según rango de edades</i> .....	64
Tabla 26 .....	65
<i>Motivo de viaje de turista extranjero</i> .....	65
Tabla 27 .....	65
<i>Motivo de viaje de vacacionista nacional</i> .....	65
Tabla 28 .....	66
<i>Tipo de alojamiento preferido por el turista extranjero en el Perú</i> .....	66
Tabla 29 .....	67
<i>Tipo de alojamiento preferido por vacacionista nacional</i> .....	67
Tabla 30 .....	67
<i>Actividades preferidas realizadas por el turista extranjero en el Perú</i> .....	67
Tabla 31 .....	68
<i>Actividades preferidas realizadas por el vacacionista nacional</i> .....	68
Tabla 32 .....	68
<i>Demanda potencial proyectada turista extranjero (2021 – 2025)</i> .....	68
Tabla 33 .....	68
<i>Demanda potencial proyectada vacacionista nacional (2021 – 2025)</i> .....	68
Tabla 34 .....	69
<i>Mercado objetivo proyectado turista extranjero (2021 - 2025)</i> .....	69
Tabla 35 .....	70
<i>Mercado objetivo proyectado vacacionista nacional (2021 - 2025)</i> .....	70
Tabla 36 .....	73
<i>Capacidad ocupada anual de principales competidores</i> .....	73

Tabla 37 .....	74
<i>Precios promedio según tipo de habitación de principales competidores ...</i>	74
Tabla 38 .....	74
<i>Porcentaje de preferencia promedio del tipo de dormitorio - competidores</i>	74
Tabla 39 .....	75
<i>Cantidad ofertada de Refugio Viñak.....</i>	75
Tabla 40 .....	75
<i>Cantidad ofertada de La confianza.....</i>	75
Tabla 41 .....	76
<i>Cantidad ofertada de Villarma.....</i>	76
Tabla 42 .....	76
<i>Oferta anual por tipo de habitación de la competencia .....</i>	76
Tabla 43 .....	77
<i>Oferta anual proyectada de la competencia (2021 - 2025).....</i>	77
Tabla 44 .....	78
<i>Demanda insatisfecha (cantidad de turistas extranjeros).....</i>	78
Tabla 45 .....	79
<i>Demanda insatisfecha (cantidad de vacacionista nacional) .....</i>	79
Tabla 46 .....	83
<i>Precios habitaciones Yuracmayo Lodge S.R.L .....</i>	83
Tabla 47 .....	84
<i>Estrategia de diferenciación Yuracmayo Lodge S.R.L .....</i>	84
Tabla 48 .....	85
<i>Demanda cubierta proyectada (2021 – 2025) .....</i>	85
Tabla 49 .....	86
<i>Número máximo de turistas extranjeros y pernoctaciones cubiertas .....</i>	86
Tabla 50 .....	87
<i>Número máximo de vacacionista nacional y pernoctaciones cubiertas.....</i>	87
Tabla 51 .....	88
<i>Tipos de tamaño de alojamiento, según su capacidad instalada anual.....</i>	88
Tabla 52 .....	88
<i>Tipos de tamaño de alojamiento, según su inversión total.....</i>	88
Tabla 53 .....	97
<i>Proyección de la capacidad ocupada anual (2021 - 2025).....</i>	97
Tabla 54 .....	98
<i>Proyección del porcentaje de ocupación (2021 - 2025) .....</i>	98
Tabla 55 .....	98

<i>Proyección de la capacidad instalada anual (2021 - 2025)</i> .....	98
Tabla 56 .....	99
<i>Cuadro de requerimiento terreno</i> .....	99
Tabla 57 .....	99
<i>Cuadro de requerimiento maquinaria y equipo</i> .....	99
Tabla 58 .....	100
<i>Cuadro de requerimiento vehículo</i> .....	100
Tabla 59 .....	100
<i>Cuadro de requerimiento mobiliario.</i> .....	100
Tabla 60 .....	102
<i>Cuadro de requerimiento de insumos</i> .....	102
Tabla 61 .....	103
<i>Cuadro de requerimiento de personal</i> .....	103
Tabla 62 .....	104
<i>Características de zona administrativa y servicios Yuracmayo Lodge</i> .....	104
Tabla 63 .....	105
<i>Características área requerida para el sector alojamiento (habitaciones)</i> ..	105
Tabla 64 .....	105
<i>Área total requerida para Yuracmayo Lodge S.R.L.</i> .....	105
Tabla 65 .....	111
<i>Factores objetivos de micro localización</i> .....	111
Tabla 66 .....	111
<i>Peso ponderado de factores subjetivos de micro localización.</i> .....	111
Tabla 67 .....	113
<i>Calificación de las microlocalizaciones según los factores subjetivos</i> .....	113
Tabla 68 .....	113
<i>Valor de factores subjetivos de micro localización</i> .....	113
Tabla 69 .....	114
<i>Resultados de la fórmula del método Brown y Gibson</i> .....	114
Tabla 70 .....	115
<i>Inversión en terreno</i> .....	115
Tabla 71 .....	116
<i>Inversión en Maquinarias y Equipos</i> .....	116
Tabla 72 .....	117
<i>Inversión en muebles y enseres</i> .....	117
Tabla 73 .....	118
<i>Inversión en vehículo</i> .....	118

Tabla 74 .....	118
<i>Inversión en activo tangible total</i> .....	118
Tabla 75 .....	119
<i>Inversión en licencias y certificaciones</i> .....	119
Tabla 76 .....	120
<i>Inversión en servicios publicitarios antes de apertura</i> .....	120
Tabla 77 .....	120
<i>Inversión en instalación de servicios</i> .....	120
Tabla 78 .....	121
<i>Inversión en activo intangible total</i> .....	121
Tabla 79 .....	122
<i>Gastos administrativos</i> .....	122
Tabla 80 .....	122
<i>Costos de mano de obra</i> .....	122
Tabla 81 .....	123
<i>Gastos de seguridad y otros</i> .....	123
Tabla 82 .....	123
<i>Gastos indirectos</i> .....	123
Tabla 83 .....	124
<i>Gastos de publicidad</i> .....	124
Tabla 84 .....	124
<i>Gastos de insumo de limpieza</i> .....	124
Tabla 85 .....	125
<i>Gastos de insumos alimenticios</i> .....	125
Tabla 86 .....	126
<i>Gastos de insumos de tópicos</i> .....	126
Tabla 87 .....	127
<i>Gasto total de insumos</i> .....	127
Tabla 88 .....	128
<i>Capital de trabajo total</i> .....	128
Tabla 89 .....	129
<i>Inversión total Yuracmayo Lodge S.R.L</i> .....	129
Tabla 90 .....	129
<i>Aportes de los inversionistas de Yuracmayo Lodge S.R.L</i> .....	129
Tabla 91 .....	130
<i>Presupuestos de costos de Yuracmayo Lodge S.R.L</i> .....	130
Tabla 92 .....	133

<i>Estado de Ganancias y Pérdidas de Yuracmayo Lodge S.R.L</i> .....	133
Tabla 93 .....	134
<i>Precio de ventas proyectadas de Yuracmayo Lodge S.R.L</i> .....	134
Tabla 94 .....	135
<i>Cantidad de pernoctaciones cubiertas (Proyección a 5 años)</i> .....	135
Tabla 95 .....	135
<i>Porcentaje preferencia de habitaciones</i> .....	135
Tabla 96 .....	136
<i>Ingresos anuales proyectados (Habitación simple)</i> .....	136
Tabla 97 .....	137
<i>Ingresos anuales proyectados (Habitación doble)</i> .....	137
Tabla 98 .....	138
<i>Ingresos anuales proyectados (Habitación triple)</i> .....	138
Tabla 99 .....	139
<i>Ingresos anuales proyectados (Habitación matrimonial)</i> .....	139
Tabla 100 .....	140
<i>Presupuesto de ingreso proyectado de Yuracmayo Lodge S.R.L</i> .....	140
Tabla 101 .....	141
<i>Gastos indirectos anuales</i> .....	141
Tabla 102 .....	141
<i>Gastos de seguridad anuales</i> .....	141
Tabla 103 .....	142
<i>Gastos de insumos anuales</i> .....	142
Tabla 104 .....	145
<i>Gastos administrativos anuales</i> .....	145
Tabla 105 .....	145
<i>Gastos mano de obra anuales</i> .....	145
Tabla 106 .....	146
<i>Gastos de publicidad anuales</i> .....	146
Tabla 107 .....	146
<i>Depreciación anual</i> .....	146
Tabla 108 .....	146
<i>Amortización anual</i> .....	146
Tabla 109 .....	147
<i>Presupuesto de egresos proyectados de Yuracmayo Lodge S.R.L</i> .....	147
Tabla 110 .....	148
<i>Flujo de caja de Yuracmayo Lodge S.R.L</i> .....	148

Tabla 111 .....	149
<i>Balance General de Yuracmayo Lodge S.R.L.</i> .....	149
Tabla 112 .....	150
<i>Costo de capital propio COK</i> .....	150
Tabla 113 .....	151
<i>Valor actual Neto Económico</i> .....	151
Tabla 114 .....	152
<i>Ingresos netos actualizados</i> .....	152
Tabla 115 .....	153
<i>Egresos netos actualizados</i> .....	153
Tabla 116 .....	153
<i>Valor Presente Neto</i> .....	153
Tabla 117 .....	154
<i>Periodo de Recuperación</i> .....	154
Tabla 118 .....	155
<i>Variación porcentual de la demanda de turistas</i> .....	155
Tabla 119 .....	156
<i>Variación porcentual del precio de venta de los servicios</i> .....	156

## INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Ubicación geográfica de Yuracmayo Lodge S.R.L.....	18
<i>Figura 2.</i> Organigrama de la empresa Yuracmayo Lodge S.R.L.....	24
<i>Figura 3.</i> PBI Turístico.....	38
<i>Figura 4.</i> Redes sociales usadas por turistas extranjeros .....	41
<i>Figura 5.</i> Web de búsqueda usada por vacacionista nacional .....	42
<i>Figura 6.</i> Matriz Interna – Matriz Externa. ....	54
<i>Figura 7.</i> Isologo oficial Yuracmayo Lodge S.R.L.....	59
<i>Figura 8.</i> Regresión lineal de la demanda – Turista extranjero. ....	62
<i>Figura 9.</i> Regresión lineal de la demanda – Vacacionista nacional .....	63
<i>Figura 10.</i> Fórmula para estimar la demanda potencial Turista extranjero...70	
<i>Figura 11.</i> Fórmula para estimar la demana potencial Vacionista nacional..70	
<i>Figura 12.</i> Fórmula para estimar la demanda real Turista extranjero .....	72
<i>Figura 13.</i> Fórmula para estimarr la demanda real Vacacionista nacional .....	72
<i>Figura 14.</i> Proyección de la demanda insatisfecha Turista extranjero .....	78
<i>Figura 15.</i> Proyección de la demanda insatisfecha Vacacionista nacional...78	
<i>Figura 16.</i> Flujograma de proceso de atención al huésped (Check-in) .....	92
<i>Figura 17.</i> Flujograma de proceso de servicio de turismo .....	93
<i>Figura 18.</i> Flujograma de proceso de servicio de médico .....	94
<i>Figura 19.</i> Flujograma de proceso de atención al huésped (Check-out) .....	95
<i>Figura 20.</i> Flujograma de proceso logístico.....	96
<i>Figura 21.</i> Layout habitación simple .....	106
<i>Figura 22.</i> Layout habitación doble .....	107
<i>Figura 23.</i> Layout habitación triple .....	108
<i>Figura 24.</i> Layout habitación matrimonial.....	109
<i>Figura 25.</i> Provincias de Departamento de Lima .....	110
<i>Figura 26.</i> Distritos de la Provincia de Huarochirí .....	112
<i>Figura 27.</i> Fórmula del método Brown y Gibson .....	114
<i>Figura 28.</i> Calculo del punto de equilibrio en unidades.....	131
<i>Figura 29.</i> Calculo del margen de contribución unitario .....	132
<i>Figura 30.</i> Calculo del punto de equilibrio en soles .....	132
<i>Figura 31.</i> Fórmula para halar la relación beneficio/costo .....	154

## RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente los turistas buscan opciones distintas, por ello se ofrecen en todo el mundo propuestas de carácter ecológico, naturista y ambiental; y Perú no es la excepción, pero aún le falta ser impulsado. En nuestro país, los lodge se sitúan en su mayoría en la selva y Cusco; sin embargo, es conveniente desarrollar este tipo de proyectos en todo el territorio nacional.

El Departamento de Lima, es una buena opción de viaje, pues está dotado de hermosos paisajes y riqueza histórica pero cuyo problema sigue siendo, la centralización de la misma en la ciudad. Esta situación puede revertirse al explotar otros destinos, trabajando con las Comunidades Campesinas de tal forma que estas se vean beneficiadas.

El presente plan de negocio, consiste en crear un servicio de alojamiento rural para el turista extranjero y vacacionista nacional, que se ubicará en la Comunidad Campesina San Juan de Yuracmayo, en la Provincia de Huarochirí, Departamento Lima – Perú, el cual estará ubicado aproximadamente a cinco horas de la Capital.

La idea del negocio se originó al evaluar la potencial demanda de alojamientos en la zona y que actualmente la Comunidad Campesina San Juan de Yuracmayo no cuenta con infraestructura hotelera adecuada para poder afrontar esta demanda.

La propuesta de valor se basará en ofrecer alojamiento diferenciado tipo lodge, de alto confort, trato personalizado y a precios competitivos. El proyecto se desarrollará en un terreno de 749 metros cuadrados, los cuales estarán conformados por 10 habitaciones cómodas y seguras, que han sido construidos con materiales de la zona.

En relación a la evaluación económica y financiera del proyecto, éste arroja resultados alentadores, el Valor Actual Neto es positivo, una TIR ajustada superior al costo promedio del capital y un periodo de recuperación dentro de lo estimado. La inversión total en equipamiento del proyecto será de S/.86,404.33, se contará con un autofinanciamiento y el terreno le pertenece a los inversionistas.

Finalmente, concluimos que el proyecto es sostenible en el tiempo no sólo por los resultados económicos de nuestro flujo de caja, sino también por una demanda hotelera existente e incremental en el Departamento de Lima.

## **CAPÍTULO I: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES**

### **1.1. Razón social**

El nombre de la empresa es Yuracmayo Lodge S.R.L y está compuesta por precisamente con el nombre de la Comunidad Campesina donde se situará el alojamiento en mención; y la palabra lodge que hace referencia a los alojamientos rurales ubicados en destinos no masivos, apartados de las grandes ciudades, rodeados de naturaleza y contruidos con materiales de la zona que son amigables con el ambiente; es decir, alojamientos pequeños que garantizan privacidad y servicio personalizado.

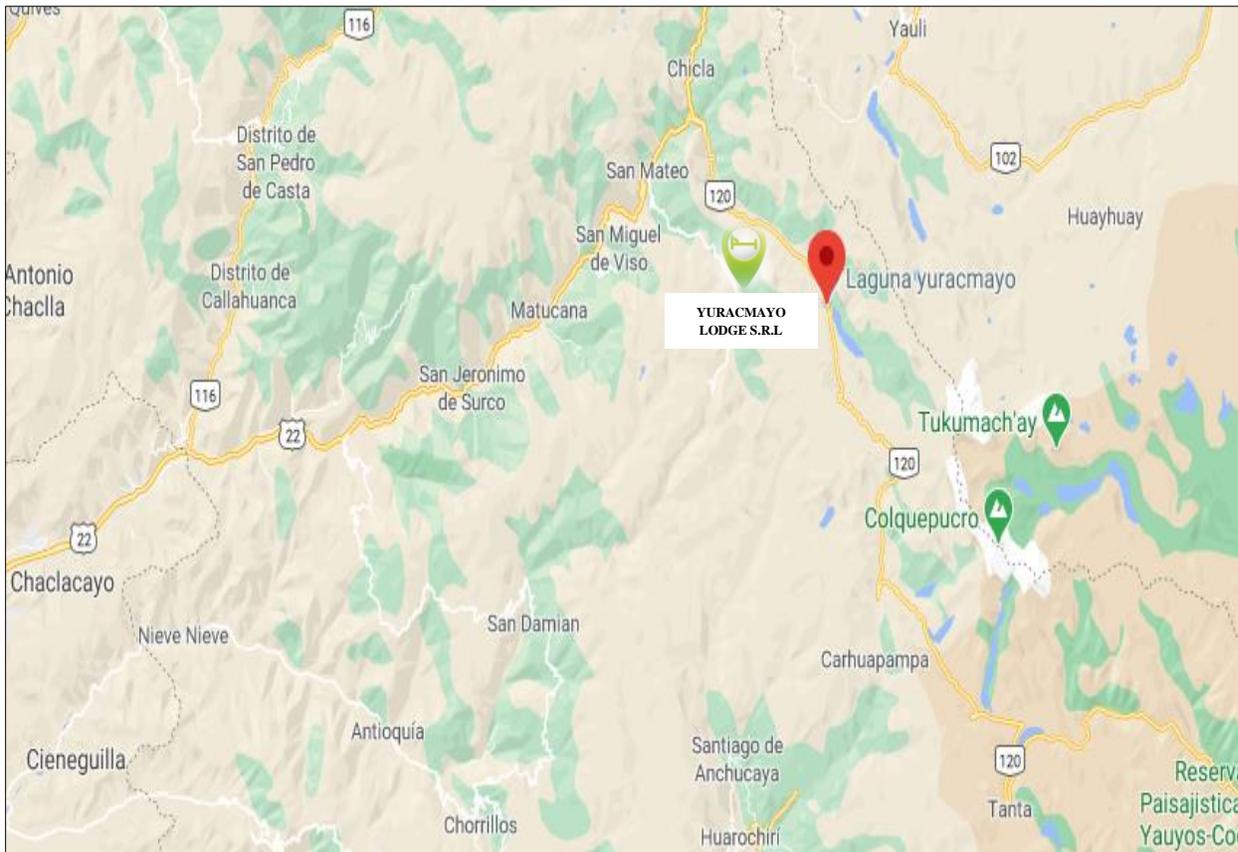
### **1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)**

Según el INEI (2010), la Clasificación Internacional Industrial Uniforme para la actividad económica del presente plan se encuentra en la Sección I, con el código 5510 que se dirige especialmente a las 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. (...) 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.”(p.1)

### 1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

La empresa se ubicará geográficamente en la Comunidad Campesina San Juan de Yuracmayo, ubicada en la Provincia de Huarochirí, en la sierra del Departamento de Lima, aproximadamente a cinco horas de la capital. El alojamiento tendrá un aproximado de 749 m<sup>2</sup> y será el domicilio fiscal de la empresa. En cuanto a la factibilidad municipal y sectorial, la licencia de funcionamiento se tramitará en la Municipalidad de San Mateo y es factible.



**Figura 1.** Ubicación geográfica de Yuracmayo Lodge S.R.L

Fuente: Google Maps

## **1.4. Objetivos de la Empresa y Principio en Marcha**

Es importante definir los elementos bases para una buena gestión empresarial y que también permitan pautar las acciones del alojamiento.

### **1.4.1 Misión**

Según David (2008), la misión es la parte más visible y pública de un proceso administrativo estratégico, por lo tanto, es importante que incluya los siguientes componentes, tales como: cliente, producto, mercado, tecnología, concepto de sí mismo, filosofía y preocupación por el crecimiento e imagen pública. (p.69)

La misión para Yuracmayo Lodge S.R.L:

Somos una empresa que brinda el servicio de alojamiento rural para el turista extranjero y vacacionista nacional, con una propuesta de servicio integral que promueve la exploración de los recursos naturales y tradicionales en la zona, que busca que nuestros clientes obtengan una experiencia única en su viaje.

### **1.4.2 Visión**

De acuerdo con David (2008) la visión es una declaración que responde a la pregunta ¿qué queremos llegar a ser?, la cual debe proveer una base sólida, para poder desarrollar una buena declaración de la misión de la empresa. Es decir, la visión es el objetivo a donde se quiere llegar como empresa, en un futuro a mediano o largo plazo. (p.61)

La visión para Yuracmayo Lodge S.R.L será la siguiente:

Ser la primera opción de alojamiento rural para el vacacionista aventurero pro naturaleza que visita el Departamento de Lima.

### **1.4.3 Objetivos empresariales**

- Difusión y posicionamiento de la empresa en redes sociales, haciendo énfasis en la propuesta de servicio integral, para así llegar a nuestro público objetivo, durante todo el horizonte del proyecto.
- Obtener un margen de utilidad neta del 20% para el primer año.
- Lograr un crecimiento promedio anual del 5% en los ingresos totales, para los primeros 5 años.
- Lograr la recuperación de la inversión en un plazo no mayor a 2 años.

#### 1.4.4 Principios

- **Proactividad:** Enfocados a reducir el impacto de los problemas y brindar apoyo ante cualquier inconveniente a los huéspedes.
- **Trabajo en equipo:** Esencial para mantener el continuo orden del servicio y crear un buen clima laboral.
- **Mejora continua:** Ante los nuevos retos que propone el sector hotelero y el turismo, mejoraremos constantemente nuestros procesos.
- **Respeto:** Apoyo ante las diferentes culturas, tradiciones y pensamientos de nuestros huéspedes y trabajadores.

#### 1.4.5 Valores institucionales

- **Amabilidad:** Es la clave para poder fidelizar a nuestros clientes, logrando una mejor imagen.
- **Valoración del capital humano:** El capital humano tiene mucha importancia dentro de la empresa, por ello se valora y reconoce el esfuerzo.
- **Orientación al servicio:** Donde cada trabajador busque atender al turista, acompañándolo en su estadía y despejando sus dudas.
- **Código de buen gobierno.** Se promueve un adecuado clima de respeto a los derechos de los inversionistas en general.

## **1.5. Ley de MYPES**

Según el Instituto Peruano de Economía (2014) La Ley de Promoción y Formalización de Micro y Pequeñas Empresas fue promulgada en el 2003 con el objetivo de promover la competitividad, formalización y desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales representan el 98.6% de las empresas y generan el 77% del empleo a nivel nacional, según las cifras del Ministerio de Producción. Dado que el impacto inicial de dicha ley fue muy limitado, a mediados de 2008 ésta fue modificada para facilitar la formalización de dichas empresas y asegurar su competitividad y que otorguen empleos en condiciones decentes. (p.1).

Yuracmayo Lodge S.R.L. desarrollará su actividad económica como una microempresa, ya que cuenta con un nivel de ventas inferior a las 150 UIT's (S/. 645,000.00).

Para poder acogerse a este régimen y sus beneficios, deberá primero inscribirse gratuitamente en el Registro de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) por medio del portal web del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, siempre y cuando cuente con R.U.C, clave SOL y por lo menos un empleado en planilla. Es importante tener en cuenta que si nuestra empresa supera dos años consecutivos el máximo de ventas anuales puede variar nuestro régimen.

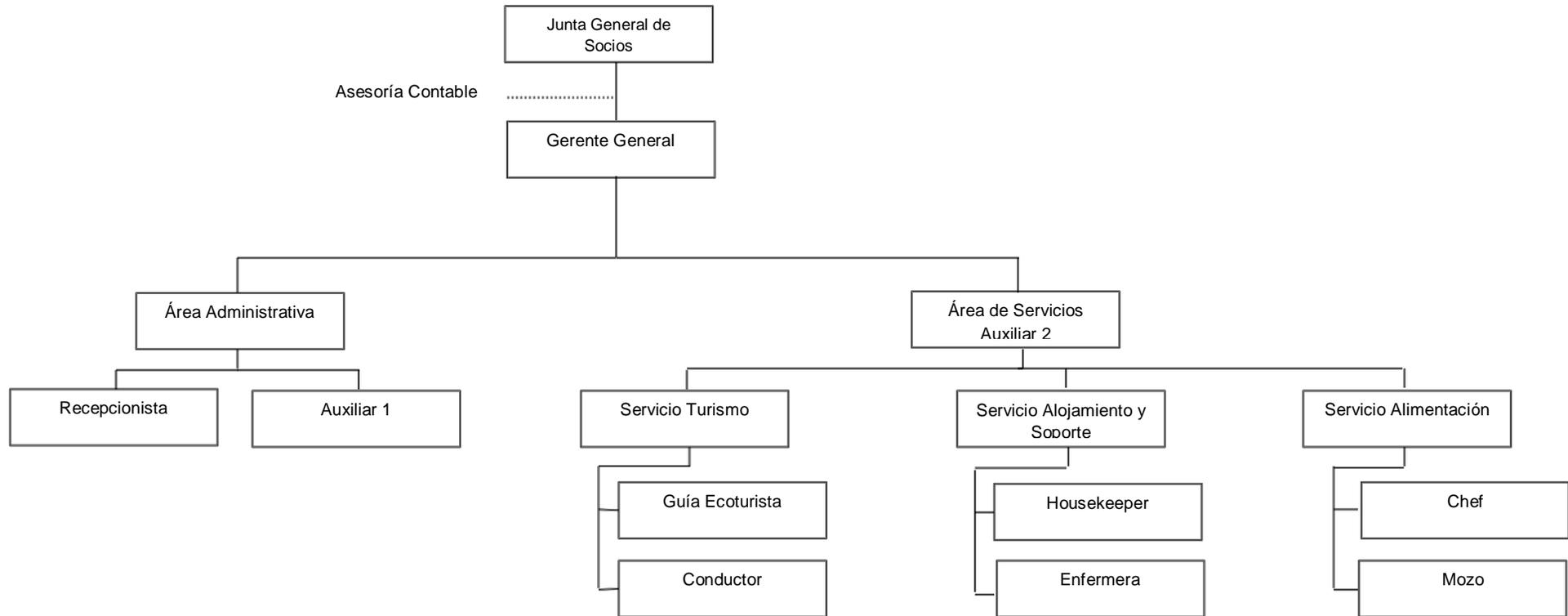
## **1.6. Estructura Orgánica**

La estructura organizacional, de acuerdo con Chiavenato (2000), es el modelo a seguir de una organización con el fin de llegar a las metas planteadas en un principio. Es importante, que deba reflejar la situación de la empresa. (p.26)

La empresa Yuracmayo Lodge S.R.L contará con una estructura organizacional horizontal, ya está constituye una de las alternativas más viables y fáciles de instaurar en el corto plazo, generando líneas de mando con burocracia mínima capaces de responder de manera rápida a los incidentes, generando un aprendizaje de negocio versátil.

Dado que en la empresa no se tendrá muchos trabajadores la estructura organizacional se dividirá en dos áreas con sus respectivos servicios. La primera área estará orientada al soporte administrativo y la segunda a la plataforma operativa. (Ver Figura 2).

## YURACMAYO LODGE S.R.L



**Figura 2:** Organigrama de la empresa Yuracmayo Lodge S.R.L  
Fuente: Elaboración propia.

**Área Administrativa:** Encargada de controlar el buen funcionamiento del alojamiento y supervisar que el personal esté cumpliendo con sus respectivas funciones.

**Área de Servicios:** Las decisiones que se tomen serán inmediatas porque se tendrán responsables directos, esto con la finalidad de responder rápidamente a cualquier inconveniente.

**Tabla 1**

*Cuadro de Funciones Yuracmayo Lodge S.R.L*

PUESTO	DESCRIPCIÓN	PRINCIPALES FUNCIONES	REQUERIMIENTOS	POLITICA DE RRHH
<b>JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS</b>	Responsables de toma de decisiones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nombramiento del gerente general</li> <li>Ampliación del capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Disposición para inversión.</li> </ul>	<p><b>Reclutamiento:</b> Se tendrá como política reclutar a personal de la zona calificado, para así promover el desarrollo del empleo.</p> <p><b>Selección:</b> Se iniciará con una entrevista personal realizada por el gerente.</p> <p><b>Contratación:</b> Se realizará a través de un contrato escrito y firmado por ambas partes (gerente – postulante).</p> <p><b>Integración:</b> Se introducirá al nuevo trabajador, con el personal ya contratado.</p>
<b>GERENTE GENERAL</b>	Representante Legal de la Sociedad y tendrá a su cargo la Dirección.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Supervisión de resultados</li> <li>Planificación de recursos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia mínima de 2 año en el sector o puestos similares</li> <li>Conocimientos de inglés a nivel intermedio.</li> </ul>	
<b>AUXILIAR 1</b>	Será responsable de las compras de que necesite la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manejo de almacenes</li> <li>Coordinación con agencias de viaje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia mínima de 1 año en logística y compras</li> <li>Conocimientos de idioma ingles a nivel básico.</li> </ul>	
<b>AUXILIAR 2</b>	Responsable de la gestión del alojamiento.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Supervisión de Área de Servicios</li> <li>Atención de requerimientos de Personal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia mínima de 1 año en Recursos Humanos</li> <li>Conocimientos de idioma ingles a nivel básico.</li> </ul>	
<b>RECEPCIONISTA</b>	Responsable de la comunicación directa con el turista.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención central telefónica</li> <li>Registro de turista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia mínima de 1 año en central telefónica.</li> <li>Conocimientos de idioma ingles a nivel avanzado.</li> </ul>	
<b>GUIA TURISTICO</b>	Será responsable del guiado del turista.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseño de rutas e itinerarios</li> <li>Información turística a visitantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia de trabajo con comunidades locales</li> <li>Conocimientos de idioma ingles a nivel avanzado.</li> </ul>	

<b>CONDUCTOR</b>	Será responsable de transportar a los turistas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manejo de vehículos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia mínima de 3 años en trabajos similares</li> <li>Contar con breveté categoría A2, y conocimientos de rutas locales.</li> </ul>	<p><b>Capacitación y entrenamiento:</b> Capacitaciones a los empleados. En especial, a aquellos que estén al frente de la atención al turista.</p> <p><b>Control y registros:</b> La oficina de gerencia, llevará un registro y control de todo el personal.</p> <p><b>Ascensos y promociones:</b> Como política del lodge, se tendrán consideraciones con aquellos trabajadores que sobresalgan en su desempeño.</p>
<b>HOUSEKEEPER</b>	Responsable del orden y limpieza del alojamiento.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Limpieza de ambientes de zona central y hospedaje.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia mínima de 1 año en puestos similares</li> <li>Conocimiento de idioma ingles a nivel básico</li> </ul>	
<b>CHEF</b>	Responsable del servicio de alimentación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Registro de demanda de Ingredientes</li> <li>Elección de menús y platillos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia mínima de 2 años en posiciones similares.</li> <li>Conocimientos de idioma inglés a nivel básico.</li> </ul>	
<b>MOZO</b>	Responsable de la atención a los turistas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención a las mesas</li> <li>Toma y registro de pedidos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia mínima de 1 año en posiciones similares</li> <li>Conocimientos básicos de inglés.</li> </ul>	
<b>ENFERMERA</b>	Responsable de brindar atención clínica ante emergencias.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención de emergencias</li> <li>Coordinación con hospitales en emergencia mayores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia mínima de 2 años en emergencia.</li> <li>Conocimientos de idioma ingles a nivel intermedio.</li> </ul>	

**Fuente:** Elaboración propia

## 1.7. Cuadro de asignación de personal.

Especificamos como serán las remuneraciones base vinculada a los puestos definidos en Yuracmayo Lodge S.R.L.

**Tabla 2**

*Cuadro de Asignación de Personal Yuracmayo Lodge S.R.L*

PUESTO	CANT.	MODALIDAD	REMUNERACION		TOTAL		SUB TOTAL		TOTAL		SIS ANUAL		TOTAL	
			MENSUAL	MENSUAL	REMUNERACIÓN	REMUNERACIÓN	VACACIONES	MICROEMPRESA	REMUNERACIÓN	ANUAL				
Gerente General	1	CNT	S/.	1,600.00	S/.	1,600.00	S/.	19,200.00	S/.	800.00	S/.	180.00	S/.	20,180.00
Auxiliar 1	1	CNT	S/.	1,350.00	S/.	1,350.00	S/.	16,200.00	S/.	675.00	S/.	180.00	S/.	17,055.00
Auxiliar 2	1	CNT	S/.	1,350.00	S/.	1,350.00	S/.	16,200.00	S/.	675.00	S/.	180.00	S/.	17,055.00
Recepcionista	1	CNT	S/.	1,050.00	S/.	1,050.00	S/.	12,600.00	S/.	525.00	S/.	180.00	S/.	13,305.00
Guía Turístico	1	CNT	S/.	1,050.00	S/.	1,050.00	S/.	12,600.00	S/.	525.00	S/.	180.00	S/.	13,305.00
Conductor	1	CNT	S/.	1,050.00	S/.	1,050.00	S/.	12,600.00	S/.	525.00	S/.	180.00	S/.	13,305.00
Housekeeper	1	CNT	S/.	930.00	S/.	930.00	S/.	11,160.00	S/.	465.00	S/.	180.00	S/.	11,805.00
Chef	1	CNT	S/.	1,050.00	S/.	1,050.00	S/.	12,600.00	S/.	525.00	S/.	180.00	S/.	13,305.00
Mozo	1	CNT	S/.	930.00	S/.	930.00	S/.	11,160.00	S/.	465.00	S/.	180.00	S/.	11,805.00
Enfermera	1	CNT	S/.	1,050.00	S/.	1,050.00	S/.	12,600.00	S/.	525.00	S/.	180.00	S/.	13,305.00
<b>TOTAL</b>													<b>S/.</b>	<b>144,425.00</b>

**Fuente:** Elaboración propia

## 1.8. Forma Jurídica Empresarial

La forma jurídica que se adapta al presente plan de negocios, es la Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada S.R.L con 6 socios y responsabilidad limitada a su aporte. La Sociedad de Responsabilidad Limitada, cómo se ve en la Tabla 3, tiene las siguientes características.

**Tabla 3**

*Aspectos importantes de la Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada.*

<b>Definición y Responsabilidad</b>	En la Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada el capital está dividido en participaciones iguales, acumulables e indivisibles. Los socios no pueden exceder de veinte y no responden personalmente por las obligaciones sociales.
<b>Capital Social</b>	El capital social está integrado por las aportaciones de los socios.
<b>Formación de la voluntad social</b>	La voluntad de los socios que representen la mayoría del capital social regirá la vida de la sociedad.

**Fuente:** Diario Oficial El Peruano (1997)  
Elaboración propia

De la misma forma, los inversionistas se encargarán de realizar el proceso para la constitución de la empresa, cumpliendo los siguientes pasos:

**Tabla 4**

*Procesos para la constitución de la empresa*

<b>Pasos</b>	<b>Requisitos</b>
Búsqueda y reserva del nombre en registros públicos	DNI Formato de solicitud de reserva de nombre de persona jurídica DNI de cada socio (2 copias) Original y copia de búsqueda y reserva de nombre. Giro y tipo de sociedad
Elaboración de la minuta de constitución	Informes de aportes de cada socio Declaración jurada de la solicitud de constitución
Elaboración escritura pública	DNI Formato de acta de constitución
Inscripción en registros públicos	Voucher del depósito Gastos administrativos en la notaria
Inscripción al RUC	DNI Partida registral certificada (original y copia) Documento que declare el domicilio fiscal

**Nota:** La información fue recopilada de los sitios web de las fuentes.

**Fuente:** SUNAT, SUNARP.

Elaboración propia

## 1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

El registro exitoso de la marca, es decir, Yuracmayo Lodge S.R.L, deberá efectuarse a partir de lo indicado por INDECOPI (s.f.), mediante el cumplimiento de los siguientes pasos, los cuales son presentados en su página web:

- Clasificación de categorías: Se eligen primero los productos y/o servicios que distinguirán la marca, y luego se identifica su categoría.
- Búsqueda de antecedentes: Se busca si existen similitudes fonéticas y/o figurativas entre registros anteriores y la marca.
- Examen formal: El cuál realiza INDECOPI al analizar el cumplimiento de los requisitos como el poder, la firma; y que no incurra en prohibiciones como la carencia de distintividad, uso de signos genéricos o engañosos, así como la reproducción o imitación de otras marcas.
- Publicación en la Gaceta Electrónica de Propiedad Industrial: Se da si pasa el examen formal, y será publicado durante 30 días hábiles para verificar si reporta alguna oposición.
- Examen de registrabilidad: El cual se realiza si no existe oposiciones.
- Emisión de la resolución: Una vez pasado todos los filtros, se emite la resolución del registro de la marca y su respectivo certificado.
- El costo de todo este procedimiento es de S/. 534.99, y garantiza el registro de la marca por un período de 10 años.

## **1.10. Requisitos y Trámites Municipales**

El representante legal de Yuracmayo Lodge, deberá realizar en la Municipalidad del Distrito de San Mateo, el trámite de la licencia de funcionamiento para el alojamiento. Paso seguido, este deberá apersonarse a la subgerencia de comercialización de dicho municipio y llenar su declaración jurada y el formato de “Declaración Jurada para Licencia de Funcionamiento”, en el cual consignará sus datos personales, DNI y asiento de inscripción en SUNARP, el RUC y razón social de la empresa, así como datos del establecimiento.

Una vez que cuente con el visto bueno de la declaración jurada anterior, será derivado a la Subgerencia Defensa Civil, donde deberá llenar el formato de “Observancia de condiciones de seguridad e inspecciones técnicas”. Luego de ello, se presentarán estos documentos, se realizará el pago del trámite (S/.736.80), y pasados 4 días hábiles se entregará la licencia de funcionamiento. El certificado de defensa civil se brindará luego de pasar la Inspección Técnica y tendrá una vigencia de 2 años, y un costo de S/. 190.00.

Por último, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2015) según Decreto Supremo, establece las disposiciones para la clasificación, categorización, operación y supervisión de los establecimientos de hospedaje; así como las funciones de los órganos competentes en dicha materia. (p.3)

En ese sentido, se deberá tramitar en el MINCETUR la declaración jurada de cumplimiento de las condiciones mínimas para la prestación del servicio de alojamiento (cuyo costo es de S/. 70.00), y así darle a Yuracmayo Lodge S.R.L la categorización de lodge.

## 1.11. Régimen Tributario

Según la SUNAT existen diferentes tipos de Régimen Tributario que debemos escoger teniendo en cuenta nuestras ventas anuales y de acuerdo a ello, declarar nuestros tributos con un porcentaje establecido. Por ello, con el fin de conseguir su R.U.C, Yuracmayo Lodge S.R.L. a través de su representante legal, deberá tramitar en el Centro de Servicios al Contribuyente de la SUNAT, los siguientes documentos:

- Documento de identidad vigente del representante legal.
- Partida registral certificada por Registros Públicos (antigüedad no mayor a treinta días calendario).
- Recibos de servicios públicos para sustentar domicilio fiscal.

La empresa optará por acogerse al Régimen MYPE Tributario (RMT), ya que posee los requisitos mínimos exigidos, y cumplirá con las obligaciones formuladas por la SUNAT, presentes en la Tabla 5.

### Tabla 5

#### Obligaciones del Régimen MYPE Tributario.

---

Régimen MYPE Tributario
Los ingresos anuales no deben superar los 1700 UIT
Presentación de declaración jurada anual y llevar libros contables en función de los ingresos de la empresa
Pago del impuesto a la renta, el cuál se aplicará sobre las utilidades, con una tasa de 10% hasta las 15 UIT, y 29.5% mayor a 15 UIT (anual)
Declarar y pagar mensualmente el Impuesto General a las Ventas (18% del valor de la venta)
Emisión de comprobantes de pago, tales como: boletas de venta, tickets o facturas; así como notas de crédito, notas de débito y otros comprobantes de pagos físicos.

---

**Fuente:** SUNAT (s.f) Régimen MYPE Tributario.

Elaboración propia

## **1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)**

Se utilizará los sistemas de Planilla Electrónica obligatorios según la SUNAT.

El primero de ellos es el PLAME (Planilla mensual de pagos), con el que se podrá registrar mensualmente los ingresos, descuentos, y otros conceptos tributarios. Asimismo, el PLAME se elaborará con la información consignada en el T-Registro (Registro de información laboral). Este es el segundo sistema, que permitirá organizar la información laboral de los empleadores y los trabajadores.

Para ingresar a ambos, se requerirá la clave SOL dentro del portal de la SUNAT, y una vez se cuente con la planilla lista, esta será remitida con el pago los tributos correspondientes.

### 1.13. Régimen Laboral Especial

La empresa Yuracmayo Lodge se alinearé al Régimen Laboral Especial para MYPE's. Según El Diario Oficial El Peruano (2013), y conforme al Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE, determinó que toda microempresa dentro de este régimen:

a) Cumplirá con los siguientes beneficios otorgados a sus empleados:

- Percibir por lo menos la remuneración mínima vital (S/. 930.00).
- Jornada máxima de 8 horas diarias o 48 horas semanales de trabajo.
- Derecho a un refrigerio de 45 minutos como mínimo.
- Descanso semanal obligatorio y en días feriados (pudiendo ser canjeado por otro día de la semana)
- Descanso vacacional de 15 días calendario por cada año completo de servicios.
- Indemnización por despido injustificado equivalente a 10 remuneraciones diarias por cada año de servicio.
- Afiliación al régimen semicontributivo del Seguro Integral de Salud, que comprende también a sus derechohabientes.

b) Contará con las siguientes ventajas como empleador:

- Exoneración del pago de utilidades.
- Exoneración del pago de CTS y Gratificaciones.
- Exoneración del pago de asignación familiar.
- Exoneración del pago de la sobretasa del 35% de la remuneración para jornadas laborales en horario nocturno.

#### **1.14. Modalidades de Contratos Laborales.**

En la empresa se considerará el contrato de trabajo de naturaleza temporal conocido como “contrato por inicio o incremento de actividad” (a tiempo completo y parcial), teniendo en cuenta el Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo N° 728 (Ley de Productividad y competitividad laboral), propuesto por el Congreso de la República.

Según este último, dicho contrato, “es aquél celebrado entre un empleador y un trabajador originados por el inicio de una nueva actividad empresarial. Su duración máxima es de tres años” (p. 32).

Por ende, el empleador deberá cumplir con todos los beneficios del empleado expuestos en el contrato, por la remuneración acordada; así como también el empleado se comprometerá a cumplir con las responsabilidades y aceptar las condiciones del empleo ofrecido.

#### **1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.**

Es indispensable que toda empresa cuente con los mecanismos jurídicos oportunos, que le permitan dentro del marco de la ley, defender sus intereses frente a cualquier eventualidad.

Para el presente plan de negocio, Yuracmayo Lodge S.R.L gestionará contratos comerciales con sus proveedores, para garantizar el continuo y correcto abastecimiento del alojamiento.

## **CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO**

### **2.1. Descripción del Entorno del Mercado**

Yuracmayo Lodge S.R.L se encuentra dentro del mercado hotelero, específicamente en el segmento de alojamientos rurales. Este último contempla a todas las empresas que brindan alojamiento a turistas y se caracterizan por estar ubicados en destinos no masivos, apartados de las grandes ciudades y rodeados de naturaleza. En ese sentido, en el entorno del mercado existen dos fuerzas centrales: el macroentorno, es la que influye indirectamente en el accionar de una empresa, y el microentorno, que es la fuerza que ejerce influencia directa sobre la organización.

#### **2.1.1. Análisis del macroentorno**

Se efectuará el análisis PESTEL, el cuál estudia una serie de factores externos que pueden afectar el desempeño de la empresa en el mercado.

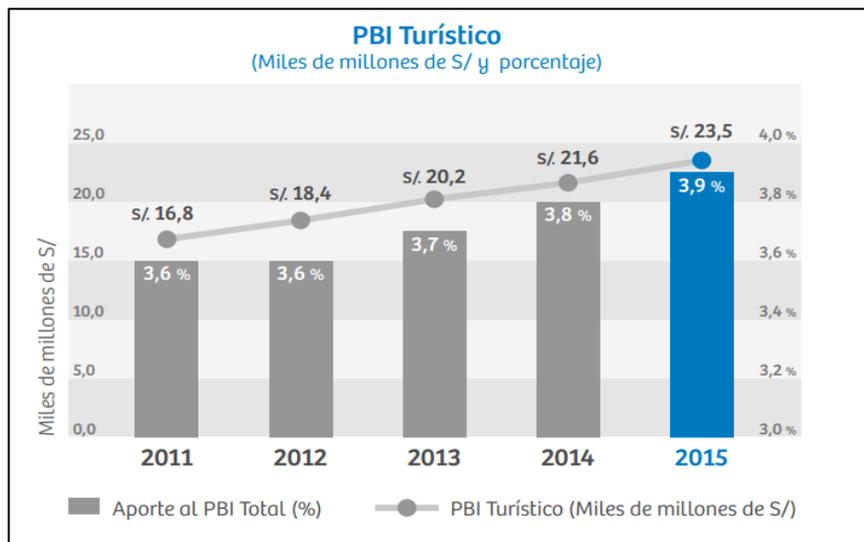
- **Político**

En el aspecto político, actualmente, existen muchas oportunidades que el Estado brinda con la finalidad de promover el turismo, el cual a través del MINCETUR (2017), lanzó el programa “Turismo Emprende”, con el que busca fomentar la creación y crecimiento de emprendimientos de Hospedajes, Restaurantes y actividades turísticas en las diferentes regiones del Perú, que son ofrecidos para el turista extranjero y nacional.

A la fecha, el objetivo principal del programa es contribuir con la reactivación económica y promoción del turismo y otros afines, así como de micro y pequeña empresas del país, cofinanciando emprendimientos privados vinculados a la actividad turística. De esa misma forma, a nivel regional la autoridad es la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo; en el caso de Lima, las funciones de DIRCETUR son las de promover y promocionar las actividades del turismo de la zona, así como el de supervisar las acciones de desarrollo del Sector.

- **Económico**

En el ámbito nacional, el Perú, en el 2016 recibió a más de 3.45 millones de turistas, generando ingresos al país por 3,319 millones de dólares, además de 390,655 nuevos empleos. La industria ha generado un 3.9% del PBI nacional (Ver figura 3) esto generado por actividades económicas como el transporte de pasajeros, provisión de alimentos y bebidas, alojamiento, industria cultural, recreativa y deportiva, agencias de viajes, producción y comercio de artesanía, entre otros.



**Figura 3. PBI Turístico**

**Fuente:** MINCETUR Medición Económica del Turismo.

Hoy por hoy, según el Marco Macroeconómico Multianual 2021-2024 (2020) se debe destacar en el aspecto macroeconómico, que la prudente y responsable gestión de la política económica por más de 20 años, ha

permitido al Perú construir sólidos fundamentos macroeconómicos y posicionarse como una de las economías con mayores fortalezas fiscales de la región. Así, el Perú ha registrado una larga trayectoria de crecimiento continuo, bajo nivel de deuda pública, la inflación más baja de la región, altos niveles de reservas internacionales, y menor riesgo país y volatilidad cambiaria respecto a sus pares regionales. Estas fortalezas macroeconómicas, de las que goza la economía peruana, le han permitido adoptar un conjunto de medidas sin precedentes para hacer frente a la crisis generada por la COVID-19 y crear las condiciones para una rápida recuperación económica. En ese sentido el aspecto microeconómico, el Gobierno está acelerando la implementación del Plan Nacional de Competitividad y Productividad, las ganancias en materia de competitividad permitirán elevar la calidad en la provisión de servicios públicos, estimular las inversiones, así como otorgar un mayor dinamismo a la fuerza laboral y a las diversas unidades empresariales que componen el tejido productivo del país.

(p.11)

- **Socio - Cultural**

En el caso de nuestro país, como se visualiza en la Tabla 6, se recopilieron datos del perfil del turista extranjero entre los años 2015 a 2019, y se pudo concluir que el turismo de vacaciones es el más preferido, reflejando en promedio el 64% de todo el turismo receptivo nacional.

**Tabla 6**

*Turista extranjero que visita el Perú con motivo de vacaciones, recreación u ocio.*

<b>Año</b>	<b>Turismo receptivo expresado en millones de turistas</b>	<b>Turismo vacacional expresado en millones de turistas</b>	<b>Turismo vacacional respecto al receptivo (%)</b>
<b>2015</b>	3.28	2.1	64%
<b>2016</b>	3.55	2.3	65%
<b>2017</b>	3.83	2.5	66%
<b>2018</b>	4.19	2.7	65%
<b>2019</b>	4.12	2.6	65%

**Fuente:** PromPerú. (s.f.) *Perfil del turista extranjero (2015 – 2019)*

Elaboración: Propia

Del mismo modo, de acuerdo con PromPerú (2019), respecto al vacacionista nacional, este planifica su viaje de la siguiente forma, el 23% prefiere hacerlo una semana antes del viaje, el 24% un mes, y el 18% prefiere viajar sin planificación. Siguiendo esa tendencia, se recopilaron también datos del perfil del vacacionista nacional entre los años 2015 a 2019. (Véase tabla 7)

**Tabla 7**

*Vacacionista nacional que viaja con motivo de vacaciones, recreación u ocio.*

<b>Año</b>	<b>Turismo Interno expresado en millones de turistas</b>	<b>Vacacionista Nacional expresado en millones de turistas</b>	<b>Vacacionista Nacional respecto al Turismo Interno (%)</b>
<b>2015</b>	4.6	1.1	24 %
<b>2016</b>	4.7	1.3	28 %
<b>2017</b>	4.3	1.4	33 %
<b>2018</b>	4.9	1.5	31 %
<b>2019</b>	5.4	1.6	30 %

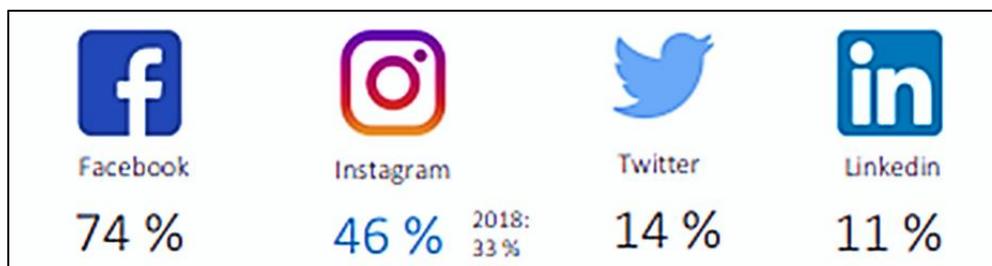
**Fuente:** PromPerú. (s.f.) *Perfil del vacacionista nacional (2015 – 2019)*

Elaboración: Propia

- **Tecnológico:**

Según PromPerú, en su publicación “Perfil del turista extranjero 2019”, se pudo conocer que aproximadamente el 89% de los turistas que visitaron el país usaban por lo menos una red social para diversas actividades; entre ellas la de reservar alojamientos.

Para la evaluación del entorno tecnológico, un primer factor es el uso de las redes sociales para promocionar marcas, pues permite a muchas empresas a conectarse con el público y expandir así su propuesta.



**Figura 4. Redes sociales usadas por turistas extranjeros – PTE 2019**

**Fuente:** PromPerú (2019)

Así mismo, PromPerú, en su perfil de Vacacionista Nacional 2019, resalta que “Y tú que planes” fue la página web de búsqueda de información turística más mencionada y que fue utilizada por el 4% de la población estudiada.



**Figura 5.** Web de búsqueda usada por el vacacionista nacional – PVN 2019  
**Fuente:** PromPerú (2019)

Es importante resaltar que, un segundo factor tecnológico, son las páginas web de los mismos hospedajes ya que muchas veces es el canal directo en donde el turista puede obtener información actual sobre el alojamiento que desea visitar, esta herramienta ayuda al marketing de la empresa para que sea más precisa a comparación de las plataformas.

- **Ecológico:**

La promoción turística de los alojamientos rurales, busca incrementar el interés por las comunidades locales, generando conciencia sobre la importancia de como reservar estas áreas frente a los usos alternativos de los recursos. En esta industria, es importante también incentivar la promoción de políticas de reciclaje para diferenciar los residuos reciclables y los no reciclables.

- **Legal:**

El alojamiento a implementar se debe regir por las leyes y regulaciones que decreta el Estado peruano. Actualmente, el encargado de velar por que las leyes y normas se cumplan a nivel nacional es el MINCETUR. En el año 2015, el Decreto Supremo N. ° 029-2004-MINCETUR fue modificado al Decreto Supremo N. ° 001-2015- MINCETUR. Dicho decreto establece los mandatos para la clasificación, categorización, operación y supervisión de los hospedajes. Se establecen cuatro tipos de establecimientos de hospedaje, los cuales se clasifican de la siguiente forma: Hotel, Apart-Hotel, Hostal y Albergue y las categorías van de una a cinco estrellas dependiendo de la calidad del servicio que se brinde al turista. En esta última modificación quedó eliminado el quinto tipo de alojamiento que era lodge o ecolodge. Sin embargo, éste término se sigue utilizando en ciertos establecimientos por posicionamiento.

### **2.1.2. Análisis del Microentorno**

Para comprender las variables que están relacionadas a nuestro plan de negocios, se efectuarán tres tipos de análisis: Las cinco fuerzas de Porter, matriz EFI y EFE, y la matriz FODA cruzado.

### 2.1.2.1. Las cinco fuerzas de Porter

#### a) Rivalidad entre competidores:

Según Porter (2009), la rivalidad entre competidores existentes depende de la intensidad con la que las empresas compiten, además de la base sobre la que están compitiendo. (p.48)

La infraestructura del alojamiento está principalmente orientada a atender las necesidades de un vacacionista recreacional dada su proximidad a la Capital, así mismo nuestro público objetivo es el vacacionista aventurero pro naturaleza, y por lo tanto la oferta de alojamiento actual no constituye una competencia directa sino, como veremos más adelante son una competencia indirecta. Por lo tanto, la rivalidad es baja (Ver Tabla 8)

**Tabla 8**

*Rivalidad entre competidores Yuracmayo Lodge S.R.L*

Rivalidad entre competidores	Si (+)	Medio	No (-)	Notas
1 ¿La diferencia entre los servicios con los competidores es muy amplia?		X		Existen diferencias, lo que importa es la experiencia que se lleva el cliente
2 ¿La competencia en general es similar en cuestión de tamaño con alojamiento que se plantea crear?		X		Por las zonas en la que se encuentran ubicadas, la similitud es media.
3 ¿Hay un rápido crecimiento en la industria?	X			El turismo receptivo e interno está en crecimiento
4 ¿La competencia cuenta con buena publicidad?			X	En general no. La industria es atractiva.
	1+	2	-1	

**Fuente:** Elaboración propia

## **b) Amenaza de los productos sustitutos:**

De acuerdo con Porter (2009), los productos sustitutos son aquellos que realizan una función similar, pero de manera distinta. (p.47)

Un lodge es un tipo de alojamiento que busca brindar una experiencia al turista con la naturaleza. Sin embargo, así como existe este tipo de hospedaje, existen otros que podrían sustituir el servicio. De acuerdo con el MINCETUR (2015), el hotel, es un establecimiento que brinda el servicio de alquiler de habitaciones dentro de sus instalaciones; el apart-hotel, brinda un servicio igual que el hotel, y además alquila departamentos a los huéspedes; el hostel, cuenta con un servicio parecido al de un hotel, pero en su mayoría funciona con un sistema de reservas de habitaciones; y por último, un albergue, es un hospedaje que funciona igual que los demás tipos de alojamientos, pero que promueve el uso común de los ambientes entre huéspedes. En el caso del lodge, el producto que podría sustituirlo sería un albergue o hostel, debido a que éste muchas veces tiene el mismo fin, sólo que con otro tipo de enfoque, por tanto, la amenaza es media –alta. (Ver Tabla 9)

**Tabla 9***Amenaza de productos sustitutos Yuracmayo Lodge S.R.L*

	Amenaza de productos sustitutos	Si (+)	Medio	No (-)	Notas
1	¿El cliente incurre en costos al cambiar a un sustituto		X		Depende del sustituto por el que opta el cliente.
2	¿El sustituto es difícil de encontrar?			X	Depende de qué esté buscando turista
3	¿La calidad del servicio del sustituto puede variar?	X			No todos los alojamientos son iguales
4	¿Es probable que el cliente alterne a otro producto?	X			Depende del turista
		2+	1	1-	La industria es atractiva.

**Fuente:** Elaboración propia**c) Poder de negociación de los clientes**

Según Porter (2009), los clientes pueden forzar a la empresa a la baja de precios, exigir mejor calidad o mayores prestaciones. Esto ocurre cuando los compradores cuentan con una alta influencia negociadora sobre los participantes de la industria. (p.44)

En ese sentido, PromPerú (2019) “conociendo mejor al Turista Extranjero que visita Lima”, indica que mayormente los alojamientos de naturaleza son reservados a través de paquetes turísticos, un 45% de turistas que llegan a la región, reservan a través de una agencia de viajes, mientras que sólo un 31% de los que llegan optan por buscar un alojamiento por cuenta propia.

Por tanto, en el caso de las agencias de viaje el poder de negociación es bajo por parte de los clientes, ya que existe un precio pactado entre el alojamiento y la agencia. Sin embargo, en el caso de los que adquieren un alojamiento por cuenta propia, el poder de negociación aumenta, debido a que es directo el servicio que se adquiere. Es decir, mientras que haya un mayor número de participantes en la cadena de suministro, se va perdiendo el poder de negociación de los clientes. Entonces, por ser un hospedaje nuevo, el cliente tendrá un poder de negociación alto. (Ver Tabla 10)

**Tabla 10**

*Poder de negociación de los clientes Yuracmayo Lodge S.R.L*

	Poder de negociación de los clientes	Si (+)	Medio	No (-)	Notas
1	¿La información es muy importante para que el cliente tome la decisión de compra?	X			Siempre se le debe proveer toda la información necesaria al cliente
2	¿Los clientes deben tener un poder adquisitivo elevado?		X		No necesariamente
3	¿Son importantes las agencias de viajes para los clientes?	X			Son quienes dan la referencia del alojamiento al cliente
4	¿El servicio tiene alguna diferenciación o una marca ya establecida en el mercado?			X	No existe una marca establecida en el mercado
		2+	1	1-	La industria es atractiva.

**Fuente:** Elaboración propia

#### d) Poder de negociación de los proveedores

Según Porter (2009) los proveedores tienen un mayor poder de negociación si cuentan con mayor concentración que la industria a la que vende; si no dependen de la industria para tener beneficios; si los productos ofrecidos están diferenciados entre sí; entre otros factores.(p.43)

Debido a que el giro del negocio es el alojamiento, la materia prima y los insumos relacionados a la alimentación y al mantenimiento de las habitaciones, son los elementos principales para el buen funcionamiento del lodge.. Por lo tanto, el poder de negociación con los proveedores es medianamente significativo (Ver tabla 11).

**Tabla 11**

*Poder de negociación de los proveedores Yuracmayo Lodge S.R.L*

	Poder de negociación de los proveedores	Si (+)	Medio	No (-)	Notas
1	¿Hay variedad de proveedores?	X			Término medio
2	¿El acceso de los proveedores al lugar del alojamiento es difícil?		X		Estamos situados en una zona rural, el camino tiene trochas.
3	¿Cambiar de proveedores especializados cuesta mucho?			X	No necesariamente
4	¿Los costos de mis insumos impactan de manera significativa en mis precios?		X		Impactan, pero de manera mínima. La industria es atractiva.
		1+	2+	1+	

**Fuente:** Elaboración propia.

## e) Amenaza de entrada de competidores potenciales

Según Porter (2009), la amenaza de ingreso de nuevos competidores en una industria va a depender de cuán elevadas sean las barreras de acceso y de la reacción que esperan los nuevos competidores de los competidores ya establecidos. (p.45)

Para el presente plan de negocios, se requerirán estrategias que permitan el crecimiento de la empresa frente a la nueva competencia. Ya que por un lado; se requiere para su constitución una serie de autorizaciones y certificaciones que permiten su apertura y funcionamiento; y, por otro lado, para entrar a este sector se debe estudiar el estilo de vida, comportamiento y los gustos de los clientes. Por lo tanto, ante una amenaza se tiene una fuerza de impacto medio.

**Tabla 12**

*Amenaza de nuevos competidores Yuracmayo Lodge S.R.L*

Amenaza de nuevos competidores	Si (+)	Medio	No (-)	Notas
1 ¿Existen dificultad en la obtención de licencias, permisos o certificaciones?			X	No existen dificultades.
2 ¿El servicio que ofrece tiene características que lo hacen único?	X			Depende del segmento que se esta considerando.
3 ¿Se requiere mucha inversión para ingresar al mercado?		X		Existe respaldo económico.
4 ¿Es sencillo el acceso a la zona?		X		Se puede llegar en auto o en bus. La industria es atractiva.
	1+	2	1-	

**Fuente:** Elaboración propia

### 2.1.2.2. Matriz EFI y EFE

Las matrices EFI (Evaluación de Factores Internos) y EFE (Evaluación de Factores Externos), servirán de segundo análisis aplicado para conocer este microentorno y dar como resultado una matriz que integre las dos en un solo gráfico.

A continuación, se detallará cada una de ellas:

#### a. Matriz EFI

**Tabla 13**

*Matriz EFI Yuracmayo Lodge S.R.L*

<b>Fortalezas</b>	<b>Peso</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Puntuación Ponderada</b>
Personal capacitado y orientado a la atención del turista.	0.12	3	0.36
El lodge puede atender al turismo cultural, natural y de aventura.	0.25	4	1
El enfoque del lodge brinda una experiencia distinta.	0.13	4	0.52
El impacto ambiental es mínimo	0.09	3	0.27
<b>Sub-total Fortalezas</b>		2.15	
<b>Debilidades</b>	<b>Peso</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Puntuación Ponderada</b>
Costos operativos elevados por planillas de personal	0.11	1	0.11
Nivel de precios superior al promedio de los servicios sustitutos	0.09	2	0.18
Empleo de tecnologías modernas.	0.10	1	0.10
Diseño arquitectónico con elementos propios de la zona.	0.11	2	0.22
<b>Sub-total Debilidades</b>		0.61	
<b>Total</b>	<b>1.00</b>	<b>-</b>	<b>2.76</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 14***Puntuación Matriz EFI Yuracmayo Lodge S.R.L*

<b>Puntuación</b>	<b>Nivel</b>
1	Debilidad mayor
2	Debilidad menor
3	Fuerza menor
4	Fuerza mayor

**Fuente:** Elaboración propia

Se evalúan los factores internos en la Tabla 13 empleando los puntajes de la Tabla 14 y cada factor interno tiene asignado un peso de acuerdo a su importancia relativa.

En la Matriz EFI, se obtiene como total de ponderación 2.76 y se puede visualizar que la puntuación ponderada de las fortalezas es mayor a la de las debilidades. Asimismo, la suma de ambas arroja un número mayor a 2.5; por lo que se puede afirmar que la empresa tiene una posición interna muy fuerte.

## b. Matriz EFE

**Tabla 15**

*Matriz EFE Yuracmayo Lodge S.R.L*

<b>Oportunidades</b>	<b>Peso</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Puntuación Ponderada</b>
Riqueza natural y cultural	0.15	4	0.60
Incremento potencial del turismo receptivo e interno en el Perú	0.12	3	0.36
Reglamentación flexible sobre requerimientos para categorización	0.12	3	0.36
Alianza estratégica con la Comunidad Campesina San Juan de Yuracmayo, para organizar actividades culturales.	0.15	4	0.60
<b>Sub-total Oportunidades</b>		1.92	
<b>Amenazas</b>	<b>Peso</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Puntuación Ponderada</b>
Competencia internacional con mayor experiencia en el sector.	0.13	1	0.13
Carreteras y vías de transporte en estado inadecuado en zonas particulares.	0.10	2	0.20
Amplia oferta del sector hotelero en el Departamento de Lima.	0.13	2	0.26
Disminución de visitas turísticas por acontecimientos que debiliten la imagen del país.	0.10	1	0.10
<b>Sub-total Amenazas</b>		0.69	
<b>Total</b>	<b>1.00</b>		<b>2.61</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 16***Puntuación Matriz EFE Yuracmayo Lodge S.R.L*

<b>Puntuación</b>	<b>Nivel</b>
1	Respuesta mala
2	Respuesta media
3	Respuesta buena
4	Respuesta superior

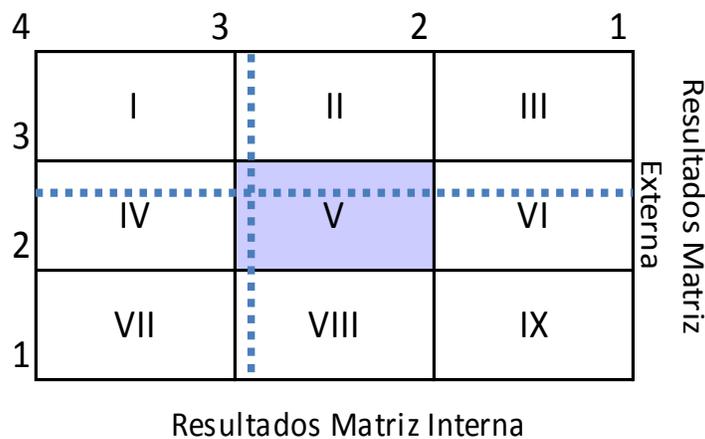
**Fuente:** Elaboración propia

Se califican los factores externos en la Tabla 15 empleando los puntajes definidos en la Tabla 16, y cada factor externo tiene asignado un peso de acuerdo a su importancia relativa.

En la Matriz EFE, la ponderación obtenida es de 2.61 y se se puede visualizar que la puntuación ponderada de las oportunidades es mayor a la de las amenazas. Además, la suma de ambas arroja un número mayor a 2.5, pero cercano al mismo; por lo que se puede afirmar que la empresa tiene una posición externa fuerte, y aprovecha correctamente las oportunidades que tiene a favor para mitigar las amenazas de su entorno.

### c. Matriz Interna – Externa (I-E)

Empleando las ponderaciones obtenidas tanto de los factores internos como de los externos se calcula la posición en la Matriz Interna y Externa (ver Figura 6) para determinar el tipo de estrategias óptimas a plantear en el análisis de la Matriz FODA.



**Figura 6.** Matriz Interna – Externa (I-E)

**Fuente:** Elaboración propia

Los resultados indican que la posición se encuentra en la zona V lo que indica que las estrategias a desarrollar deberán enfatizar en el desarrollo de productos y mercado.

### d. Matriz FODA

Se plantean entonces las estrategias en la matriz FODA de la Tabla 17.

**Tabla 17**

*Matriz FODA Yuracmayo Lodge S.R.L*

<b>FACTORES INTERNOS</b>  <b>FACTORES EXTERNOS</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	F1: Personal capacitado y orientado a la atención del turista F2: El lodge puede atender al turismo natural y de aventura. F3: El enfoque del Lodge brinda una experiencia distinta. F4: Buena relación calidad – precio del servicio de alojamiento.	D1: Costos operativos elevados por planillas de personal D2: Nivel de precios superior al promedio de los servicios sustitutos D3: Empleo de tecnologías modernas. D4: Empresa nueva en el mercado hotelero
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>Análisis FO</b>	<b>Análisis DO</b>
O1: Riqueza natural y cultural O2: Incremento potencial del turismo receptivo e interno en el Perú O3: Reglamentación flexible sobre requerimientos para categorización O4: Alianza estratégica con la Comunidad Campesina San Juan de Yuracmayo.	F2: O1 Resaltar la riqueza natural bajo actividades complementarias al alojamiento.  F3: O2: Tomar ventaja de la localización clave del alojamiento y captar el potencial de turismo receptivo e interno que hay en la Capital.  F4: O3: Resaltar la calidad y precio en las estrategias publicitarias, resaltando la categorización obtenida.	D2:O3: Manejar los niveles de precio frente a la competencia indirecta, teniendo en cuenta la categorización obtenida.  D4: O2 Estudiar ampliamente el mercado, rescatando el aumento del turismo receptivo e interno, para conocer mejor al público objetivo, y así empezar a posicionar el negocio.
<b>AMENAZAS</b>	<b>Análisis FA</b>	<b>Análisis DA</b>
A1: Competencia internacional con mayor experiencia en el sector A2: Carreteras y vías de transporte en estado inadecuado en zonas particulares A3: Amplia oferta del sector hotelero en el Departamento de Lima. A4: Disminución de visitas turísticas por acontecimientos que debiliten la imagen del país.	F1:A1 Establecer estrategias de marketing que muestren al turista las ventajas de alojarse en nuestro alojamiento, a diferencia de la competencia.  F2:A3 Aprovechar la propuesta del alojamiento bajo un enfoque de naturaleza autentica, frente la amplia oferta de todo el sector hotelero.	D3: A3 Resaltar el uso de tecnologías modernas en el alojamiento frente a la oferta de la competencia.  D4: A1 Atraer a más clientes usando el conocimiento adquirido por la investigación de las diferentes alternativas de alojamiento del sector.

**Fuente:** Elaboración propia.

## **2.2. Ámbito de acción del negocio**

Yuracmayo Lodge S.R.L. tendrá un ámbito de acción sobre el Departamento de Lima, el cual es arribo principal del turismo receptivo e interno.

## **2.3. Descripción del servicio**

La empresa Yuracmayo Lodge S.R.L. enfocará sus esfuerzos en ofrecer un servicio de alojamiento para turistas, con la propuesta de generar experiencia de viaje única. Su público objetivo está conformado por el turista extranjero y el vacacionista nacional que visita Lima, con un rango etario entre los 24 a los 34 años cuyo motivo principal de viaje es el de vacacionar (siendo la razón principal de este público objetivo), cuya preferencia de alojamiento sean los lodge (debido a la particularidad de contacto con la naturaleza en comparación a otros servicios de alojamiento), y bajo el perfil de vacacionista aventurero y pro naturaleza.

Yuracmayo Lodge S.R.L. brindará su servicio en los terrenos de propiedad de los inversionistas ubicados en la Comunidad Campesina San Juan de Yuracmayo, en la Provincia de Huarochirí, Departamento de Lima. Estará ambientado según propuesta de naturaleza y confort, y contará con diversas áreas y tipos de habitación, tal como lo indica su ficha técnica en la Tabla 18.

**Tabla 18***Ficha Técnica Yuracmayo Lodge S.R.L*

<b>Empresa</b>	Yuracmayo Lodge S.R.L
<b>Nombre del servicio</b>	Lodge (Servicio de Alojamiento Rural)
<b>Rubro</b>	Hotelero
<b>CIIU</b>	5510
<b>Usuarios</b>	Turista extranjero y vacacionista nacional.
<b>Características de los clientes</b>	Edad: 25 y 34 años
Motivo de viaje: Vacaciones	
Alojamiento preferido: Alojamiento rural	
Estilo de vida: Vacacionista aventurero pro naturaleza.	
<b>Ubicación del negocio</b>	Comunidad Campesina San Juan de Yuracmayo.
<b>Características del local comercial</b>	Superficie total: 749 metros cuadrados
Número de pisos: 1	
Número de baños: 11	
Número de salas y/o áreas comunes: 1	
Número de habitaciones: 10 - Simple (3), Doble (2), Triple (3) y Matrimonial (2)	
Número de cocinas: 1	
<b>Requisitos de funcionamiento</b>	Licencia de funcionamiento de la Municipalidad Distrital San Mateo Inspección Técnica Defensa Civil
<b>Requisitos técnicos mínimos para clasificación del alojamiento</b>	Según R.M N° 005-2019-VIVIENDA (Anexo 1)

**Fuente:** Elaboración propia

Así mismo, este servicio se ofrecerá mediante publicidad en redes sociales, es aquí donde el turista podrá elegir entre los 4 tipos de habitación disponibles en el alojamiento. Se puede observar en la Tabla 19, que estas tienen similares características pero va depender de con cuántas personas el turista quiera compartir la habitación.

**Tabla 19**

*Servicio de alojamiento según el tipo habitación.*

<b>Tipo de habitación</b>	<b>Características del servicio básico</b>
Habitación simple	Número de camas: 1 Baño dentro de la habitación Servicio de limpieza de habitación incluido. Alimentación incluida. Incluye actividades turísticas: Paseo por la laguna de Yuracmayo, avistamiento de aves, cabalgatas, trekking, visitas a los pastos naturales altoandinos y participación en las actividades culturales de la Comunidad Campesina San Juan de Yuracmayo.
Habitación doble	Número de camas: 2 Baño dentro de la habitación Servicio de limpieza de habitación incluido. Alimentación incluida. Incluye actividades turísticas: Paseo por la laguna de Yuracmayo, avistamiento de aves, cabalgatas, trekking, visitas a los pastos naturales altoandinos y participación en las actividades culturales de la Comunidad Campesina San Juan de Yuracmayo.
Habitación triple	Número de camas: 3 Baño dentro de la habitación Servicio de limpieza de habitación incluido. Alimentación incluida. Incluye actividades turísticas: Paseo por la laguna de Yuracmayo, avistamiento de aves, cabalgatas, trekking, visitas a los pastos naturales altoandinos y participación en las actividades culturales de la Comunidad Campesina San Juan de Yuracmayo.
Habitación matrimonial	Número de camas: 2 Baño dentro de la habitación Servicio de limpieza de habitación incluido. Alimentación incluida. Incluye actividades turísticas: Paseo por la laguna de Yuracmayo, avistamiento de aves, cabalgatas, trekking, visitas a los pastos naturales altoandinos y participación en las actividades culturales de la Comunidad Campesina San Juan de Yuracmayo.

**Fuente:** Elaboración propia

En ese sentido, Yuracmayo Lodge S.R.L como marca, está compuesto por la palabra “Yuracmayo” que identifica precisamente a la Comunidad Campesina donde se situará el alojamiento en mención; y la palabra “lodge” que hace referencia a los alojamientos ubicados en destinos no masivos, apartados de las grandes ciudades, rodeados de naturaleza y contruidos con materiales amigables con el ambiente. Es decir alojamientos pequeños rurales que garantizan privacidad y servicio personalizado.



**Figura 7. Isologo oficial Yuracmayo Lodge S.R.L**  
**Fuente:** Elaboración propia

En la Figura 7, se puede apreciar que los colores del isologo hacen alusión a los matices del color representativo de la Comunidad Campesina, acompañados por montañas (que representan la Cordillera Central) y la majestuosidad del vuelo del cóndor andino (que simboliza el paisaje en esencia); conjuntamente denotan un contraste entre la belleza de la naturaleza y la aventura, y el estilo de vida que manifiesta el público objetivo.

## 2.4. Estudio de la demanda

### 2.4.1. Segmentación de mercado

La demanda del mercado al que se enfoca la empresa estará segmentada en base a cuatro variables, según las estadísticas calculadas por PromPerú en el perfil del turista extranjero y vacacionista nacional, se detallan a continuación:

#### 2.4.1.1. Variable Geográfica

Primero, a partir de las cifras del turismo receptivo en nuestro país, se puede obtener la población de turistas extranjeros que visitan nuestra capital, como se revela en la Tabla 20.

**Tabla 20**

*Población turista extranjero que visitó Lima (2015 - 2019)*

Población de turistas extranjeros que arriban al Perú		Porcentaje de turistas extranjeros que visitan Lima	Población de turistas extranjeros que visitan Lima
Año	Cantidad		Cantidad
2015	3,455,709.00	72%	2,488,110
2016	3,744,461.00	71%	2,658,567
2017	4,032,339.00	72%	2,903,284
2018	4,419,430.00	73%	3,226,184
2019	4,371,787.00	72%	3,147,687

**Fuente:** PromPerú

Elaboración: Propia

Segundo, a partir de las cifras del turismo interno, se puede obtener la población de vacacionista nacional que visita Lima, como se revela en la Tabla 21.

**Tabla 21**

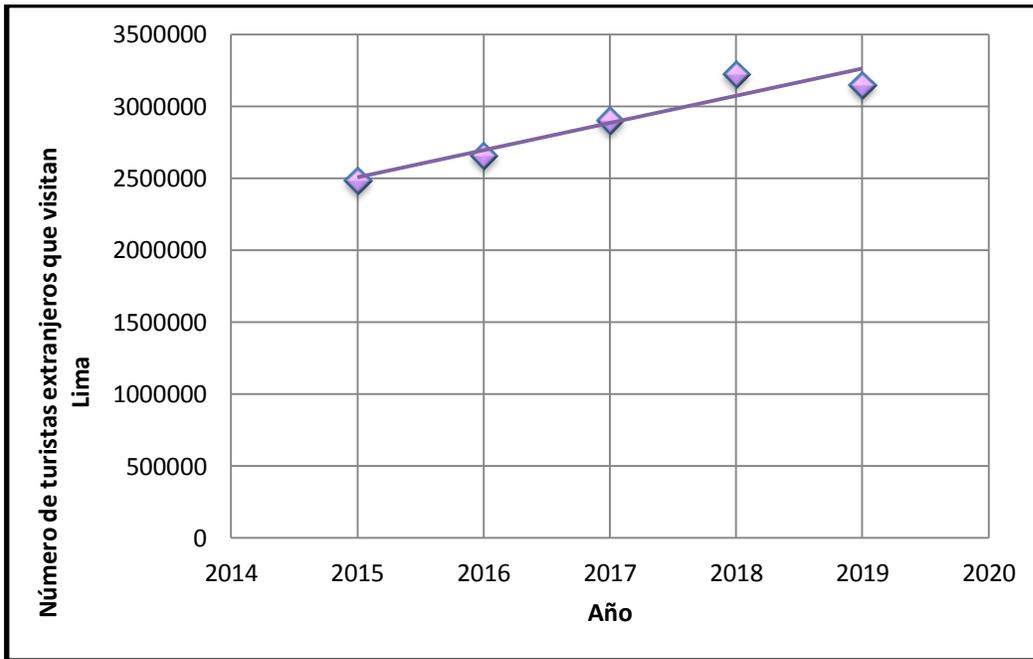
*Población vacacionista nacional que visitó Lima (2015 - 2019)*

<b>Población Vacacionista Nacional</b>		<b>Porcentaje Vacacionista Nacional que visita Lima</b>	<b>Población Vacacionista Nacional que visita Lima</b>
<b>Año</b>	<b>Cantidad</b>		<b>Cantidad</b>
2015	4,639,338.00	23%	1,067,048
2016	4,780,000.00	23%	1,099,400
2017	4,360,626.00	23%	1,002,944
2018	4,959,097.00	27%	1,338,956
2019	5,412,114.00	30%	1,623,634

**Fuente: PromPerú**

Elaboración: Propia

En consecuencia, a partir de estos grupos se obtendrá el mercado potencial de la empresa y se proyectará esta población para los próximos cinco años, mediante una proyección lineal tanto como para turistas extranjeros (ver Figura 8 y Tabla 22), y vacacionista nacional (Ver Figura 9 y Tabla 23), con la finalidad de obtener cifras que ayuden luego a pronosticar la demanda de Yuracmayo Lodge S.R.L.



**Figura 8.** Regresión lineal de la demanda – Turista Extranjero

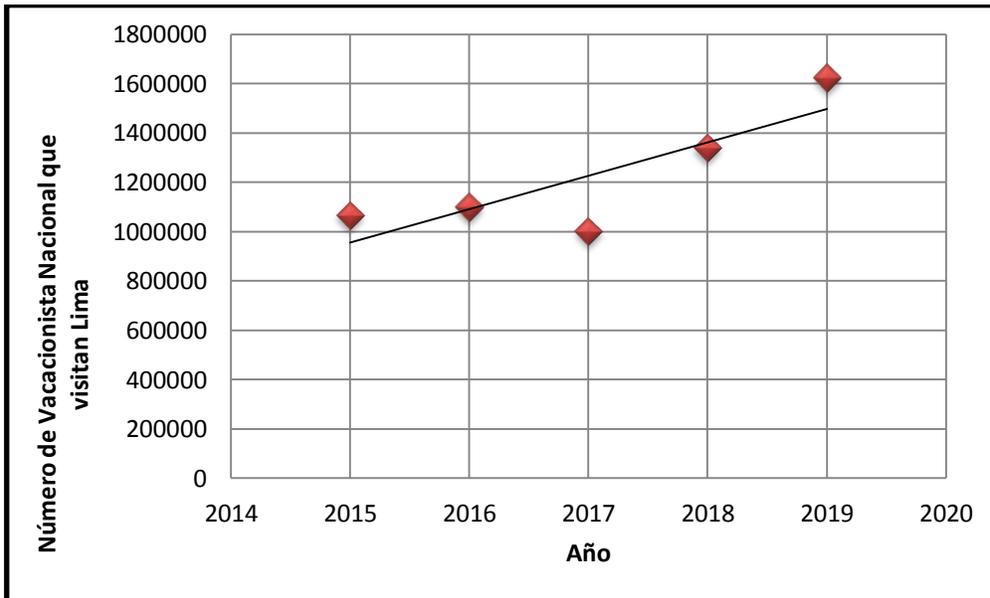
**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 22**

*Población proyectada de turista extranjero que visita Lima (2021 - 2025)*

<b>Año</b>	<b>Cantidad</b>
2021	3,639,474
2022	3,828,151
2023	4,016,828
2024	4,205,505
2025	4,394,182

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 9.** Regresión lineal de la demanda – Vacacionista Nacional  
**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 23**

*Población proyectada Vacacionista nacional que visita Lima (2021 - 2025)*

<b>Año</b>	<b>Cantidad</b>
2021	1,767,488
2022	1,902,761
2023	2,038,034
2024	2,173,307
2025	2,308,580

**Fuente:** Elaboración propia

#### 2.4.1.2. Variable Demográfica

A la variable a desarrollada en el punto anterior, se le debe añadir variables que contemplen aspectos característicos generales de la población, pero propios de turistas. En este estudio, se añadirán las variables de:

- Género masculino y femenino, puesto que no existe una diferencia entre ambos para la demanda de Lodge. Se considerará el 100% de la población.
- Rango etario, turistas con edades entre los 25 a 34 años, quienes representan en gran medida el mercado objetivo con un 32% de turistas extranjeros y 28% de vacacionista nacional respectivamente (véase Tabla 24 y Tabla 25)

**Tabla 24**

*Turistas extranjeros según rango de edades*

<b>Edad</b>	<b>%</b>
De 15 a 24 años	13
De 25 a 34 años	32
De 35 a 44 años	20
De 45 a 54 años	17
De 55 a 64 años	11
De 65 años a más	7
Total 100%	

---

**Fuente:** PromPerú – PTE 2019

**Tabla 25**

*Vacacionista Nacional según rango de edades*

<b>Edad</b>	<b>%</b>
De 15 a 24 años	21
De 25 a 34 años	28
De 35 a 44 años	21
De 45 a 54 años	30
Promedio en años	37
Mediana en años	35
Total 100%	

---

**Fuente:** PromPerú – PVN 2019

### 2.4.1.3. Variable Socio - cultural

Después de segmentar demográficamente, se aplicará una variable socio – cultural que defina las razones por las cuáles esta población hace turismo. Para ello, se evaluará el motivo de viaje del turista extranjero y vacacionista nacional en nuestro país, tal como se detalla en la Tabla 26 y Tabla 27.

**Tabla 26**

*Motivo de viaje de turista extranjero*

<b>Motivo de visita</b>	<b>%</b>
Vacaciones, recreación u ocio	65
Negocios: comisión de trabajo/compras para negocio	16
Visitar a familiares amigos	11
Salud (tratamiento médico)/compra medicina	4
Asistir a seminarios, conferencias, convenciones o congresos	2
Educación (realizar estudios, investigaciones por grado, etc.)	1
Misiones(trabajo religioso/ voluntariado	1
Total 100%	

**Fuente:** PromPerú – PTE 2019

**Tabla 27**

*Motivo de viaje de vacacionista nacional*

<b>Motivo de visita</b>	<b>%</b>
Descansar/ relajarse	33
Salir con la familia	27
Conocer nuevos lugares	20
Diversión	10
Salir de la rutina	5
Conocer atractivos turísticos	4
Conocer otras costumbres	1
Total 100%	

**Fuente:** PromPerú – PVN 2019

En ese sentido, para el estudio de mercado se considerará para el turista extranjero solo el turismo por vacaciones, que reúne a un 65% de la población analizada. Y para el vacacionista nacional, el turismo por conocer nuevos lugares, que reúne el 20%.

#### 2.4.1.4. Variable psicográfica

Seguidamente, se segmentará a la población restante con dos variables psicográfica relacionadas a los gustos y preferencias.

- Preferencia que tienen el turista extranjero para escoger alojamientos en nuestro país, determinándose que un 3% prefería lodge como se puede observar en la Tabla 28.
- Preferencia que tiene el vacacionista nacional para escoger alojamientos en nuestro país, determinándose que en promedio un 25% prefería los lodge o casa rurales como se puede observar en la Tabla 29.

**Tabla 28**

*Tipo de alojamiento preferido por el turista extranjero en el Perú*

<b>Tipo de alojamiento utilizado en el Perú</b>	<b>%</b>
Hotel 4 a 5 estrellas	23
Hotel/ hostel 3 estrellas	35
Hotel/ hostel 1 a 2 estrellas	24
Casa de familiares/amigos	14
Albergue/hostel	13
Casa/departamento rentado/ alquilado/ Airbnb	8
Camping	4
Lodge	3
Casa rural/ Cabañas de la comunidad nativa/ Casa de gente humilde	2
Total múltiple	

**Fuente:** PromPerú – PTE 2019

**Tabla 29***Tipo de alojamiento preferido por vacacionista nacional*

<b>Tipo de alojamiento utilizado</b>	<b>%</b>
<b>Alojamiento Pagado</b>	71
Hotel	43
Hostal/ casa de hospedaje pagada	25
Club/ Bungalows/Albergues/Casa de retiro	3
<b>Casa de familiar o amigo</b>	24
<b>Otros</b>	5
Carpas, campamento	4
Casa propia/casa de playa	1
Total 100%	

**Fuente:** PromPerú – PVN 2019

- La segunda variable relacionada fue la preferencia que tienen los turistas de realizar actividades de naturaleza, determinándose un 41% para el turista extranjero y 55 % para el vacacionista nacional, pues esta representa claramente el público objetivo de la empresa (véase Tabla 30 y Tabla 31).

**Tabla 30***Actividades preferidas realizadas por el turista extranjero en el Perú*

<b>Naturaleza</b>	<b>41%</b>
Visitar áreas y/o reservas naturales	37
Pasear por ríos, lagos, lagunas/ cascadas/ cataratas	25
Observación de aves	18
Observación de flora	15
Observación de mamíferos	13
Observación de insectos	6

**Fuente:** PromPerú – PTE 2019

**Tabla 31***Actividades preferidas realizadas por el Vacacionista Nacional*

<b>Naturaleza</b>	<b>55%</b>
Pasear por lagos, lagunas, ríos y manantiales	27
Visitar aguas termales/ piscinas medicinales/aguas sulfurosas/aguas medicinales	12
Visitar reservas naturales	7
Visitar Mirador	6
Visitar las Dunas	6
Visitar Islas	6
Visitar cataratas/ cascadas	6

Por último, aplicando todos los porcentajes detallados en las cuatro variables (geográfica, demográfica, sociocultural y psicográfica) a la población de turistas extranjeros que visitan nuestro país y el vacacionista nacional, se obtiene la demanda potencial proyectada para cada uno. (Véase la Tabla 32 y Tabla 33).

**Tabla 32***Demanda potencial proyectada turista extranjero (2021 – 2025)*

<b>Año</b>	<b>Cantidad</b>
2021	9,311
2022	9,794
2023	10,277
2024	10,759
2025	11,242

**Fuente:** Elaboración propia**Tabla 33***Demanda potencial proyectada vacacionista nacional (2021 – 2025)*

<b>Año</b>	<b>Cantidad</b>
2021	13,610
2022	14,651
2023	15,693
2024	16,734
2025	17,776

**Fuente:** Elaboración propia

#### 2.4.2. Estimación de la demanda en el mercado objetivo

Se establece que el alojamiento deberá atender la demanda de turistas extranjeros y vacacionista nacional, los cuales son hombres y mujeres extranjeros entre 25 y 34 años, que visitan Lima por motivo de vacaciones, con preferencias por elegir lodges o también llamados alojamientos rurales durante sus viajes, y que consideran llevar un estilo de vida aventurero pro naturaleza.

En consecuencia, y con la finalidad de atender objetivamente este mercado, Yuracmayo Lodge S.R.L considerará el 2% de la demanda potencial como mercado objetivo de turistas (véase Tabla 34 y Tabla 35). Hay que tomar en cuenta que los datos mostrados no serán empleados directamente en el cálculo de la capacidad instalada, dado que se tomará en cuenta el número de pernoctaciones.

**Tabla 34**

*Mercado objetivo proyectado turista extranjero (2021 - 2025)*

<b>Año</b>	<b>Cantidad</b>
2021	186
2022	196
2023	206
2024	215
2025	225

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 35***Mercado objetivo proyectado vacacionista nacional (2021 - 2025)*

<b>Año</b>	<b>Cantidad</b>
2021	272
2022	293
2023	314
2024	335
2025	356

**Fuente:** Elaboración propia

### 2.4.3. Estimación de la demanda potencial

En este aspecto, se desarrollará una fórmula que contiene datos como la cantidad de demanda potencial (variable n), el precio promedio del servicio (p) y la cantidad promedio de consumo per cápita (q).

<b>Demanda potencial = n * p * q</b>
DP = 9,311* S/.210 * 3
DP = S/. 5'866,075.15

**Figura 10.** Fórmula para estimar la demanda potencial Turista Extranjero**Fuente:** Elaboración propia

<b>Demanda potencial = n * p * q</b>
DP = 13 610* S/.210 * 3
DP = S/. 8'574,084.61

**Figura 11.** Fórmula para estimar la demanda potencial Vacacionista Nacional  
**Fuente:** Elaboración propia

En la Figura 10 y Figura 11, se observa la demanda potencial en soles del primer año del proyecto, en base a una demanda potencial de 9, 311 en el caso del turista extranjero y 13, 610 para el vacacionista nacional, el precio promedio de los servicios de alojamiento de US\$ 60 o S/210 y 3 noches de estadía promedio de los turistas.

#### **2.4.2. Estimación de la demanda real**

Para la estimación de la demanda real (DR), se deberá multiplicar la demanda potencial en soles obtenida en el punto anterior, por el mercado objetivo expresado en porcentaje (%MO).

<b>Demanda real = DP * %MO</b>
DR = S/. 5'866,075.15* 2%
DR = S/. 117,321.50

**Figura 12.** Fórmula para estimar la demanda real Turista Extranjero  
**Fuente:** Elaboración propia

<b>Demanda real = DP * %MO</b>
DR = S/.8'574,084.61 * 2%
DR = S/. 171,481.69

**Figura 13.** Fórmula para estimar la demanda real Vacacionista Nacional  
**Fuente:** Elaboración propia

## 2.5. Estudio de la oferta

El primero criterio para el estudio de la oferta fue según la similitud en la propuesta de valor, y no se encontró en el distrito ningún competidor que tenga una propuesta similar a la nuestra. El segundo, fue según su ubicación geográfica, siendo a nivel de Provincia de Lima, la competencia más directa y con la cual se trabajará, Es por ello que, se recurrió a un análisis de benchmarking, para recopilar datos de la competencia, y así estimar la oferta de cada uno.

**Tabla 36**

*Capacidad ocupada anual de principales competidores*

<b>Competidores directos</b>	<b>Capacidad instalada diaria*</b>	<b>Capacidad instalada anual**</b>	<b>% de ocupación anual***</b>	<b>Capacidad ocupada anual</b>
Refugio Viñak	15	5,475	51%	2,792
La Confianza	13	4,745	45%	2,135
Villaroma	12	4,380	52%	2,278

Nota: Se calcula, capacidad instalada diaria x 365 días es igual a capacidad instalada anual. Y capacidad instalada anual por % de ocupación anual es igual a capacidad ocupada anual.

**Fuente:** Elaboración propia

Se puede observar en la Tabla 36, que la primera variable de este estudio será la capacidad ocupada anual, para ello se debe conocer la capacidad instalada anual, y el porcentaje de ocupación anual de cada lodge. En ese sentido, se realizó una investigación minuciosa de cada aspecto, revisando los metabuscadores de las fuentes.

**Tabla 37***Precios promedio según tipo de habitación de principales competidores*

Competidores directos	Precios			
	Habitación Simple	Habitación Doble	Habitación Triple	Habitación Matrimonial
Refugio Viñak	S/. 310.00	S/. 380.00	S/. 430.00	S/. 410.00
La Confianza	S/. 210.00	S/. 255.20	S/. 310.00	S/. 280.50
Villarma	S/. 260.00	S/. 322.80	S/. 380.00	S/. 350.00

**Fuente:** Elaboración propia

Seguidamente, la segunda variable será el precio promedio según tipo de habitación que cada alojamiento ofrezca, obteniéndose los resultados expresados en la Tabla 37.

**Tabla 38***Porcentaje de preferencia promedio del tipo de habitación, de los principales competidores de Yuracmayo Lodge S.R.L.*

Competidores directos	Porcentaje de preferencia			
	Habitación Simple	Habitación Dobles	Habitación Triple	Habitación Matrimonial
Refugio Viñak	15%	35%	25%	25%
La Confianza	15%	45%	20%	20%
Villarma	15%	25%	30%	30%

**Fuente:** Elaboración propia

Por último, la tercera variable empleada es el porcentaje de preferencia de los turistas respecto al tipo de alojamiento ofrecido por la competencia, como se puede apreciar en la Tabla 38.

En consecuencia, con estas tres variables se pudo determinar la cantidad ofertada anual en número de turistas y en soles, para cada competidor, como se detalla en las Tablas 39, 40 y 41.

**Tabla 39**

*Cantidad ofertada de Refugio Viñak*

<b>Refugio Viñak</b>	<b>Promedio servicios mensuales</b>	<b>Promedio servicios anuales</b>	<b>Demanda anual</b>	<b>Participación de la demanda</b>
Habitación Simple	35	419	S/. 54,448.88	11%
Habitación Doble	81	977	S/. 215,003.25	43%
Habitación Triple	58	698	S/. 230,360.63	46%
Habitación Matrimonial	58	698	S/. 174,515.63	35%
<b>Total</b>	<b>233</b>	<b>2094</b>	<b>S/. 499,812.75</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 40**

*Cantidad ofertada de La confianza*

<b>La Confianza</b>	<b>Promedio servicios mensuales</b>	<b>Promedio servicios anuales</b>	<b>Demanda anual</b>	<b>Participación de la demanda</b>
Habitación Simple	27	320	S/. 38,434.50	10%
Habitación Doble	80	961	S/. 201,781.13	55%
Habitación Triple	36	427	S/. 128,115.00	35%
Habitación Matrimonial	36	427	S/. 102,492.00	28%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>1708</b>	<b>S/. 368,330.63</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 41***Cantidad ofertada de Villarma*

<b>Villarma</b>	<b>Promedio servicios mensuales</b>	<b>Promedio servicios anuales</b>	<b>Demanda anual</b>	<b>Participación de la demanda</b>
Habitación Simple	28	342	S/. 47,829.60	11%
Habitación Doble	47	569	S/. 136,656.00	32%
Habitación Triple	57	683	S/. 239,148.00	56%
Habitación Matrimonial	57	683	S/. 170,820.00	40%
<b>Total</b>	190	1594	S/. 423,633.60	100%

**Fuente:** Elaboración propia

A continuación entonces, se resume la información de los tres competidores en la Tabla 42, para conocer el número total de servicios por año que atendió la competencia. Este se calculó en 7,205 para el año base.

**Tabla 42***Oferta anual por tipo de habitación de la competencia*

<b>Tipo de dormitorio</b>	<b>La Confianza</b>	<b>Villarma</b>	<b>Total servicios por año</b>
Habitación Simple	320	342	1,081
Habitación Doble	961	569	2,508
Habitación Triple	427	683	1,808
Habitación Matrimonial	427	683	1,808
<b>Total servicios por año</b>			<b>7,205</b>

**Fuente:** Elaboración propia

Para concluir, se proyectó el total de servicios por año de los tres competidores para los años 2021 a 2025, teniendo en cuenta una tasa de crecimiento del 5% basado en el crecimiento proyectado del turismo receptivo e interno en el país previamente calculado en el estudio de la demanda (véase Tabla 43).

**Tabla 43**

*Oferta anual proyectada de la competencia (2021 - 2025)*

<b>Año</b>	<b>Habitación Simple</b>	<b>Habitación Doble</b>	<b>Habitación Triple</b>	<b>Habitación Matrimonial</b>	<b>Total proyectado</b>
2021	1135	2,633	1,899	1,899	5,667
2022	1192	2765	1994	1994	5,950
2023	1251	2903	2093	2093	6,247
2024	1314	3048	2198	2198	6,560
2025	1379	3200	2308	2308	6,888

**Fuente:** Elaboración propia

## **2.6. Determinación de la demanda insatisfecha**

En este punto, se tomaron los datos resultantes de la demanda potencial proyectada y la oferta total proyectada.

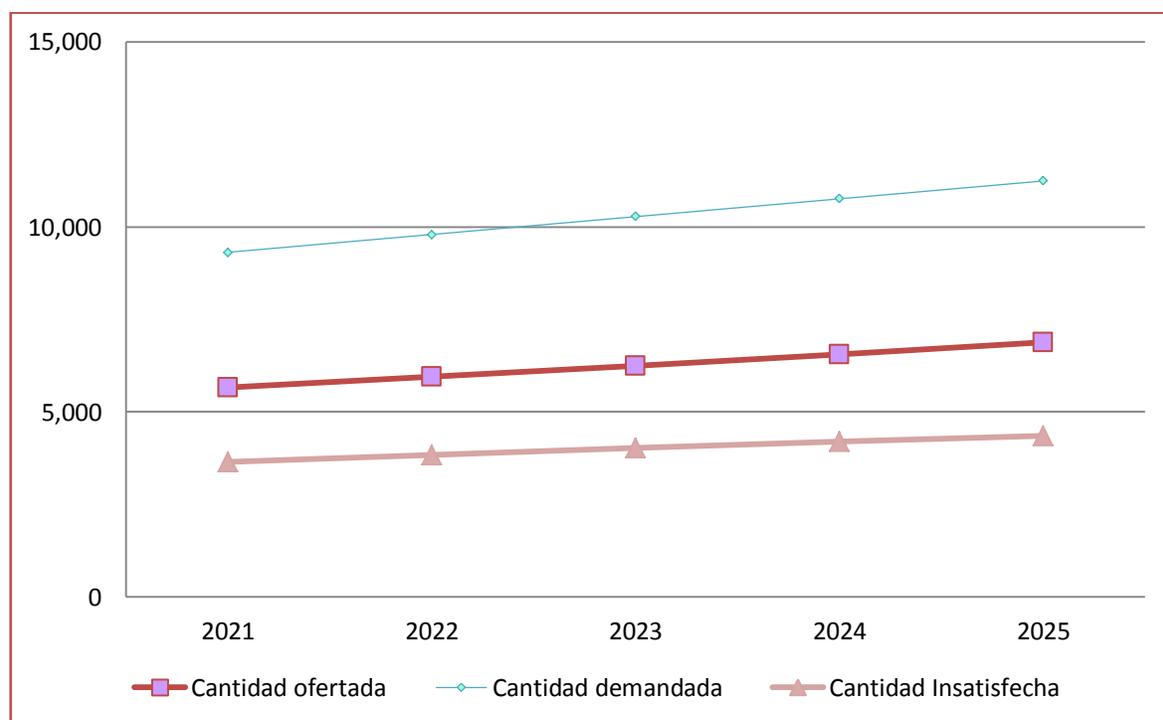
Para el turismo receptivo, como indica la Tabla 44 y Figura 14, la resta de ambas proyecciones brinda un valor positivo, lo que significa que existe una demanda insatisfecha de turistas extranjeros que debe ser atendida.

**Tabla 44**

*Demanda insatisfecha de Yuracmayo Lodge S.R.L (cantidad de turistas extranjeros)*

Año	Q(d)	Q(o)	Demanda insatisfecha
2021	9,311	5,667	3,645
2022	9,794	5,950	3,844
2023	10,277	6,247	4,029
2024	10,759	6,560	4,200
2025	11,242	6,888	4,354

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 14.** Proyección de la demanda insatisfecha turista extranjero (2021 – 2025)

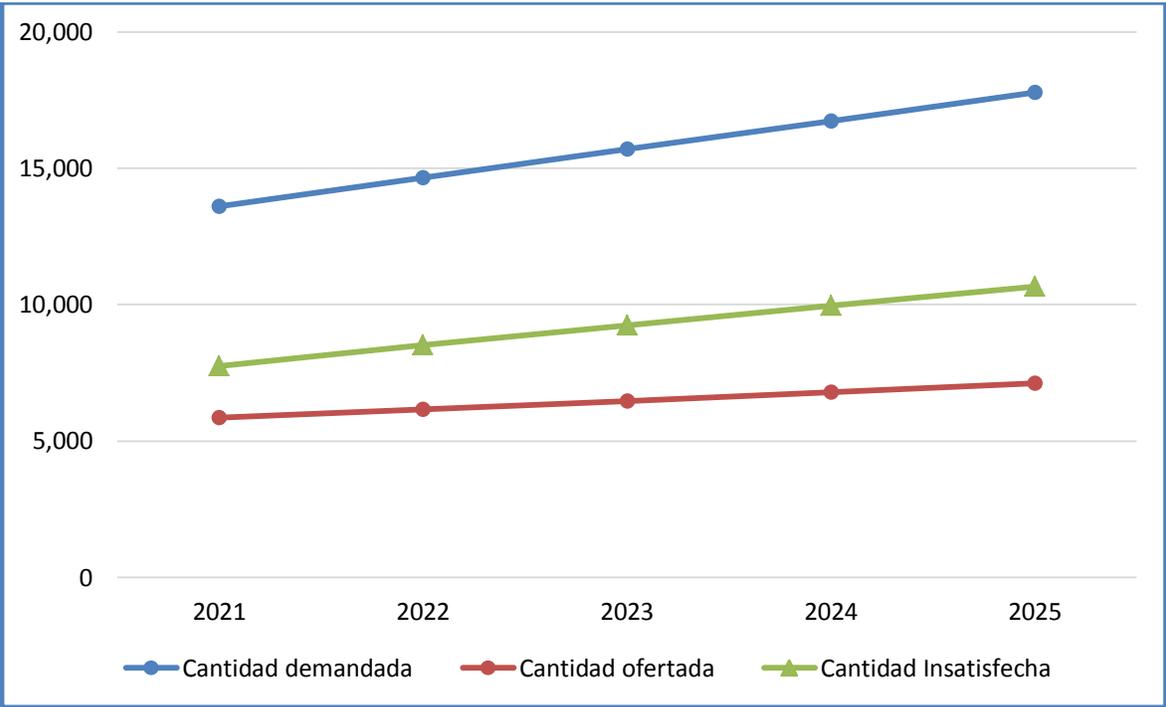
**Fuente:** Elaboración propia

De igual forma, para turismo interno, como indica la Tabla 45 y Figura 15, la resta de ambas proyecciones brinda un valor positivo, lo que significa que también existe una demanda insatisfecha de vacacionista nacional que debe ser atendida en el mercado.

**Tabla 45**  
*Demanda insatisfecha de Yuracmayo Lodge S.R.L (cantidad de vacacionista nacional)*

<b>Año</b>	<b>Q(d)</b>	<b>Q(o)</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
2021	13,610	5,667	7,943
2022	14,651	5,950	8,701
2023	15,693	6,247	9,445
2024	16,734	6,560	10,175
2025	17,776	6,888	10,888

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 15.** Proyección de la demanda insatisfecha vacacionista nacional (2021 – 2025)

**Fuente:** Elaboración propia

## **2.7 Proyecciones y provisiones para comercializar**

Las proyecciones de venta de la empresa se calcularán para los primeros 5 años del proyecto, donde se desarrollaran estrategias para lograr el porcentaje esperado, esta información será detallada en el punto 2.9.

Luego, para asegurar las provisiones, se deberá evaluar una serie de proveedores que ofrezcan insumos y equipos de calidad. Es esencial que toda empresa considere dentro de su cartera proveedores formales y con buena reputación en el mercado.

A continuación, se detallan los recursos necesarios para cumplir con la misión de la empresa:

- Insumos: Se solicitará periódicamente suministros de limpieza, alimentos/bebidas para el restaurante, suministros de oficina para la parte administrativa, tóxico y transporte.
- Tecnología: Se requerirán artículos de dormitorio para las habitaciones, equipos de cocina, lavandería y recepción.
- Recursos humanos: Se contratará personal calificado para desempeñar las siguientes labores especificadas anteriormente en el cuadro de funciones.
- Infraestructura: La infraestructura de la empresa serán las viviendas de propiedad de los inversionistas, viviendas de tipo rural que está hecha con materiales locales.

## **2.8. Descripción de la política comercial**

Toda empresa debe establecer estrategias de diferenciación para sobresalir entre la posible competencia. Yuracmayo Lodge S.R.L, basará su política comercial en la herramienta de mezcla de mercadotecnia, contando con cuatro variables, estas son:

### **2.8.1 Plaza:**

La estrategia de distribución que será aplicada a la empresa será el canal directo e indirecto:

- Canal directo, el comercio electrónico, bajo el modelo “*Business to consumer (B2C)*”, a través de la página Web del alojamiento.
- Canal indirecto, agencias de turismo, para el grupo de turistas que reserven a través de una agencia.

### **2.8.2 Promoción y Publicidad.**

El primer plan de promoción y publicidad es el plan creativo relacionado al mensaje que Yuracmayo Lodge S.R.L. tiene para su público objetivo: “Un lugar para conectar y sentir”. La idea es promocionarlo como el primer lodge en la Sierra Limeña, un alojamiento que fusiona la comodidad y naturaleza.

Y el segundo plan está enfocado al plan de medios que necesitará la empresa para impulsar su marca, por ello se apoyará netamente en publicidad digital:

- Campaña Publicitaria en Google Ads, para anunciar en este buscador la página web de la empresa, la cual brindará toda la información del alojamiento, servicios, actividades, tarifas y *guestbook* que permita mostrar las impresiones de visitantes anteriores.
- Campaña publicitaria en Facebook, con la finalidad de posicionar anuncios en la pantalla de inicio del grupo de personas que cumple con los parámetros del público objetivo.
- Publicidad en Instagram, a través de la publicación de fotografías digitales de alta calidad, que resalten la imagen del alojamiento.
- FAM Trip, conocidos como viajes de familiarización de cortesía que se ofrecen a los medios para que puedan vivir la experiencia en primera persona y que estos a su vez potencien la visibilidad del alojamiento para captar más turistas.

Por último, contará con las siguientes promociones:

- En fechas claves, tales como el “CyberMonday”, o el “Black Friday”, el alojamiento, ofrecerá promociones online.
- Descuentos para los clientes fidelizados con la marca, que recomienden y compartan publicaciones del alojamiento en Facebook o Instagram.

### 2.8.3 Precios.

Los precios manejados por los lodges a nivel nacional son proporcionales al tipo de ecosistema donde se localizan y el nivel de la plataforma de servicio que ofrecen. Para determinar los precios, en nuestro caso será necesario plantear una posición estratégica respecto al nivel de servicio en el mercado local, empleando los competidores más cercanos.

Los precios de Yuracmayo Lodge se detallan en la Tabla N° 46, e incluyen alojamiento, alimentación, derecho de uso de instalaciones y cobertura de operador turístico según lo descrito en la definición de servicios.

**Tabla 46**

*Precios habitaciones Yuracmayo Lodge S.R.L*

<b>Tipo de habitación</b>	<b>Precio S/.</b>	<b>Precio US\$</b>
Habitación Simple	130	37
Habitación Doble	196	56
Habitación Triple	291	83
Habitación Matrimonial	224	64

**Fuente:** Elaboración propia

Como se puede observar en la Tabla 46, los precios varían según el tipo de habitación. Es importante resaltar que, la estrategia de precios que se utilizará en Yuracmayo Lodge S.R.L será “descremada”, dado que se fijará un precio inicial relativamente elevado que tiene el propósito de connotar alta calidad y proporcionar flexibilidad a la empresa; y que todos los precios mostrados se establecieron de acuerdo con el promedio del mercado.

## 2.8.4. Ventaja competitiva

Yuracmayo Lodge S.R.L, empleará una estrategia de diferenciación en su servicio, pues ofrece una serie de servicios accesorios orientada al perfil del vacacionista aventurero pro naturaleza, dichas actividades están incluidas en el precio del alojamiento. A continuación, se enlista en la Tabla 47 las actividades que se brindarán en alianza con la Comunidad Campesina San Juan de Yuracmayo.

**Tabla 47**

*Estrategia de diferenciación Yuracmayo Lodge S.R.L*

Aspectos	Actividades	Características de cada actividad
Natural	Excursiones turísticas	Lugar: Comunidad Campesina San Juan de Yuracmayo Objetivo: Incentivar las caminatas como medio de movilización no contaminante a través de excursiones grupales. Puntos turísticos: Laguna de Yuracmayo, pastos altoandinos de la Comunidad Campesina San Juan de Yuracmayo. Recreación: Cabalgatas y avistamiento de aves.
	Gestión de reciclaje	Lugar: Área de recepción, área común y exteriores del alojamiento. Objetivo: Promover el reciclaje de residuos según su composición (papeles, plásticos, vidrios, etc.) y la conciencia ambiental. Fechas: Todo el año. Lugar: Área común y exteriores del alojamiento.
Cultural	Miniferias de tejidos artesanales	Objetivo: Promover la cultura local y mejorar la calidad de vida de los artesanos, en alianza con la Comunidad San Juan de Yuracmayo. Características de la actividad: muestra y venta de tejido artesanales a los turistas.
	Actividades de integración entre turistas y Comunidad Campesina	Lugar: Comunidad Campesina San Juan de Yuracmayo Objetivo: Promover la integración de los huéspedes del alojamiento mediante su participación en actividades festivas tradicionales de la Comunidad Campesina. (Fundación, Fiestas Patronales, Día del Campesino, etc.)

**Fuente:** Elaboración propia

## 2.9. Cuadro de la demanda cubierta proyectada para el negocio

Se proyectará para los próximos 5 años, y estará expresada en la suma total de número de turista extranjero y vacacionista nacional, tal como lo indica la Tabla 48.

**Tabla 48**  
Demanda cubierta proyectada (2021 – 2025)

<b>Mes</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Enero	32	35	37	40	42
Febrero	32	35	37	40	42
Marzo	32	35	37	40	42
Abril	38	41	43	46	48
Mayo	38	41	43	46	48
Junio	44	47	49	52	54
Julio	44	47	49	52	54
Agosto	44	47	49	52	54
Septiembre	38	41	43	46	48
Octubre	38	41	43	46	48
Noviembre	38	41	43	46	48
Diciembre	38	41	43	46	48
Total	458	489	519	550	580

**Fuente:** Elaboración propia

## CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

### 3.1. Tamaño del negocio, factores determinantes

El tamaño del negocio se establecerá en función a la demanda insatisfecha, el punto de equilibrio, la capacidad instalada anual y la inversión total de los alojamientos rurales del entorno. Tal como se detalla a continuación:

- a) La demanda insatisfecha para el primer año del proyecto ascenderá 3,645 turistas extranjeros, y se cubrirá el 5.10% de esta. De igual forma para el vacacionista nacional, la demanda insatisfecha ascenderá a 7,943 y se cubrirá 3.42%.

**Tabla 49**

*Número máximo de turistas extranjeros y pernoctaciones cubiertas (2021 - 2025)*

<b>Año</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Número máximo de turistas cubiertos</b>	<b>Número máximo de pernoctaciones cubiertas</b>
2021	3,645	186	559
2022	3,844	196	588
2023	4,029	206	617
2024	4,200	215	646
2025	4,354	225	675

Nota: Número máximo de turistas cubiertos x número mínimo de pernoctaciones = Número máximo de pernoctaciones cubiertas.

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 50**

*Número máximo de vacacionista nacional y pernoctaciones cubiertas (2021 - 2025)*

<b>Año</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Número máximo de turistas cubiertos</b>	<b>Número máximo de pernoctaciones cubiertas</b>
2021	7,943	272	817
2022	8,701	293	879
2023	9,445	314	942
2024	10,175	215	646
2025	10,888	225	675

Nota: Número máximo de turistas cubiertos x número mínimo de pernoctaciones = Número máximo de pernoctaciones cubiertas.

**Fuente:** Elaboración propia

La unidad del tamaño del proyecto será el número de pernoctaciones, siendo 3 el mínimo que el turista pasa en el Departamento de Lima. Con esta información y el número de turistas atendidos por la empresa, se obtienen 559 pernoctaciones de turistas extranjeros en el primer año y 817 pernoctaciones de vacacionistas nacional, tal como se indica en la Tabla 49 y Tabla 50.

- b) El punto de equilibrio, brindará el valor mínimo requerido para establecer el tamaño del proyecto. Se calcula que será de 834 pernoctaciones. (Esta variable será desarrollada ampliamente en el siguiente capítulo).
  
- c) La capacidad instalada anual de los alojamientos del entorno, se determina a partir de la clasificación que realiza la SUNAT, según las ventas anuales en UIT's de las empresas.

**Tabla 51***Tipos de tamaño de alojamiento, según su capacidad instalada anual.*

<b>Tamaño Lodge</b>	<b>Rango de ventas anuales (en UIT's)</b>	<b>Rango capacidad instalada anual (número de pernoctaciones)</b>
Microempresa	70 - 150	2,964 – 5,995
Pequeña empresa	151 - 1700	5,996 – 155,994
Mediana empresa	1700 - 2300	155,995 - 217,993
Gran empresa	2301 a más	217,994 a más

Nota: El valor actual de cada UIT (Unidad Impositiva Tributaria) es actualmente de S/. 4,300.00. La capacidad instalada de cada tamaño de *lodge*, es el resultado de la división de las ventas anuales entre el precio de venta promedio de la competencia (S/. 325.00).

**Fuente:** Elaboración propia

En este sentido, y tomando como referencia el punto de equilibrio y la demanda insatisfecha cubierta, Yuracmayo Lodge S.R.L deberá tener el tamaño de microempresa (Véase Tabla 51).

d) La inversión total de los lodge en el entorno, está representada por la inversión que requiere cada empresa para dar inicio a sus operaciones.

**Tabla 52***Tipos de tamaño de alojamiento, según su inversión total.*

<b>Tamaño Lodge</b>	<b>Rango de ventas anuales (en UIT's)</b>	<b>Rango de inversión total (en soles)</b>
Micro empresa	70 - 150	100, 000 a 540,000
Pequeña empresa	151 - 1700	540,001 a 1,080 000
Mediana empresa	1700 - 2300	1,080 001 a 2,160 000
Gran empresa	2301 a más	2,160 001 a más

**Fuente:** Elaboración propia

En la Tabla 52 se puede evidenciar el rango de inversión total de los diferentes tamaños de lodge en el país, calculado a partir de la inversión total unitaria del proyecto y los rangos de capacidad instalada del entorno.

En síntesis, los dos primeros factores determinantes (demanda insatisfecha y punto de equilibrio), permitieron establecer un rango que, aplicado sobre los dos últimos factores (capacidad instalada e inversión total), ayuda a reafirmar que Yuracmayo Lodge S.R.L deberá tener el tamaño de micro empresa. Así mismo, el alojamiento rural, desarrollará su actividad económica en la Provincia de Huarochirí, en la Comunidad Campesina de San Juan de Yuracmayo en un terreno de 749 metros cuadrados, espacio dónde se distribuirán las áreas del alojamiento.

Finalmente, se define que el tamaño del negocio será el mismo durante los primeros 5 años, y este cambiará, puesto que se proyecta abarcar un porcentaje más grande de la demanda insatisfecha pasado este tiempo establecido.

### **3.2. Proceso y tecnología**

Para cumplir con las expectativas del turista, el alojamiento brindará un servicio basados en procesos fundamentales del sector hotelero y requerirá tecnología (recursos).

### **3.2.1. Descripción y diagrama de los procesos**

La empresa Yuracmayo Lodge S.R.L desarrollará para su servicio de alojamiento los siguientes procesos, los cuáles se representarán mediante flujogramas:

#### **a) Atención al huésped (Check-in)**

Se inicia con la llegada del turista al alojamiento, registran sus datos y cancela el tipo de habitación según la modalidad de pago que eligió, luego se hace la entrega de su llave. (Véase Figura 16)

#### **b) Servicio Alojamiento**

El turista puede hacer uso de descanso u otra actividad dentro de su habitación y además de solicitar algún servicio como desayuno al dormitorio, limpieza de la habitación.

#### **c) Servicio Alimentación**

El turista tiene la opción de ir a la sala de restaurante del lodge, el cual se les ofrecerá platos tradicionales de la zona.

#### **d) Servicio Turismo**

El turista puede disfrutar y conocer la zona, además de realizar actividades dentro y fuera del alojamiento. (Véase Figura 17)

e) Servicio médico

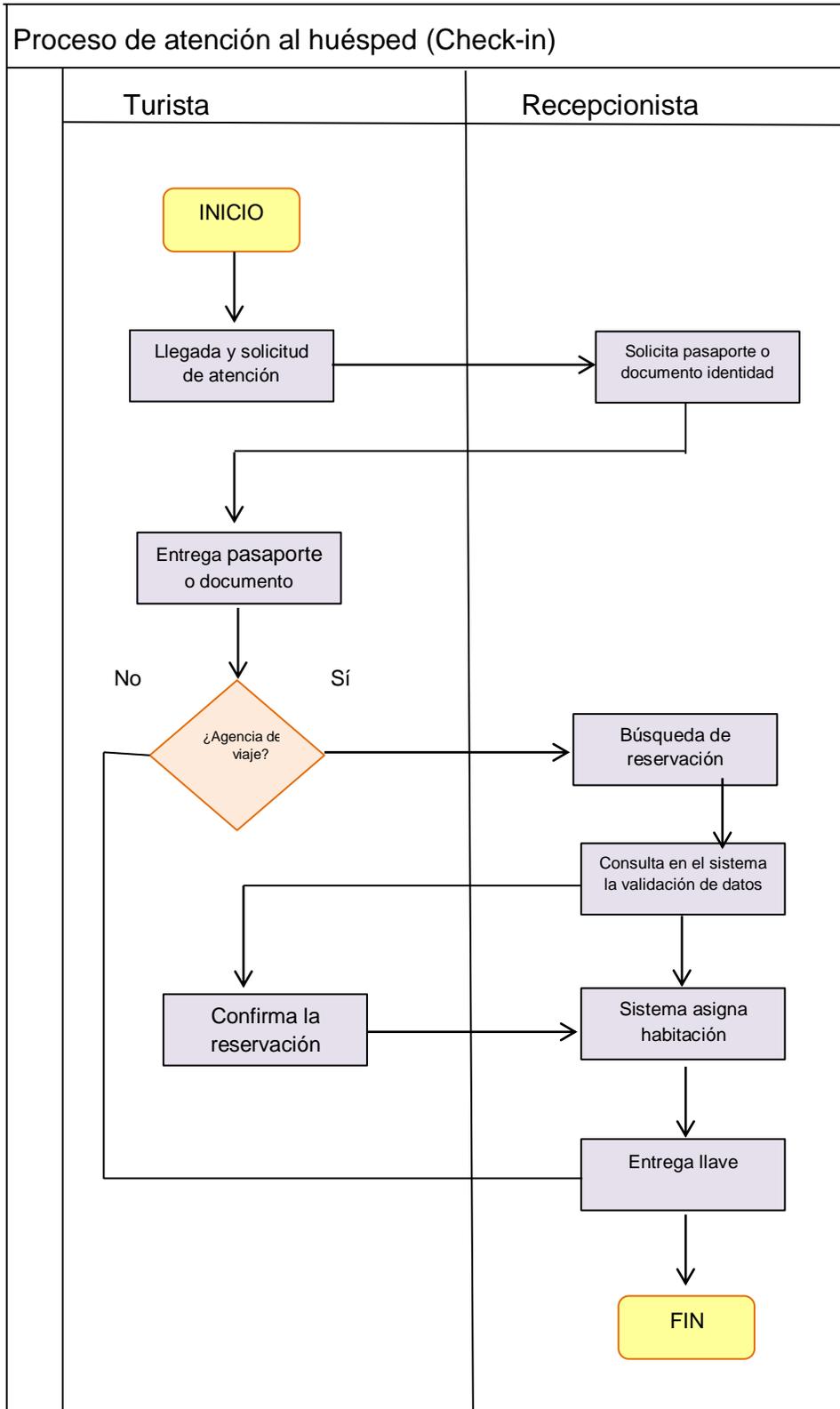
Es un servicio que debe contar el alojamiento para la atención ante un malestar de cuerpo o percance que pueda presentar el huésped, este deberá atenderse de manera oportuna. (Véase Figura 18)

f) Atención al huésped (Check out)

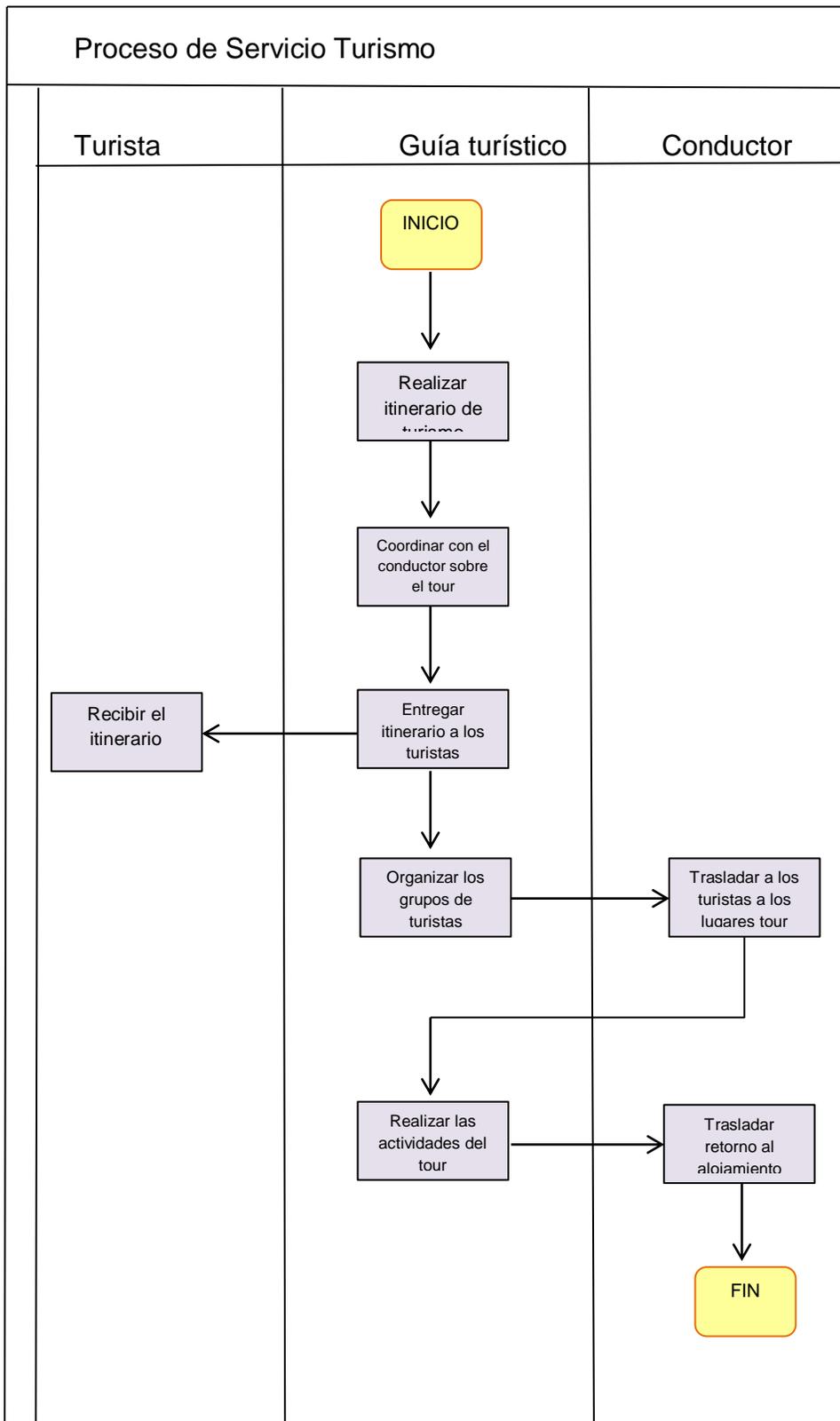
Se inicia con la entrega de llave por parte del turista, cancela el tipo de habitación según la modalidad de pago que eligió, se procede a registrar salida y firma. (Véase Figura 19)

g) Proceso Logístico

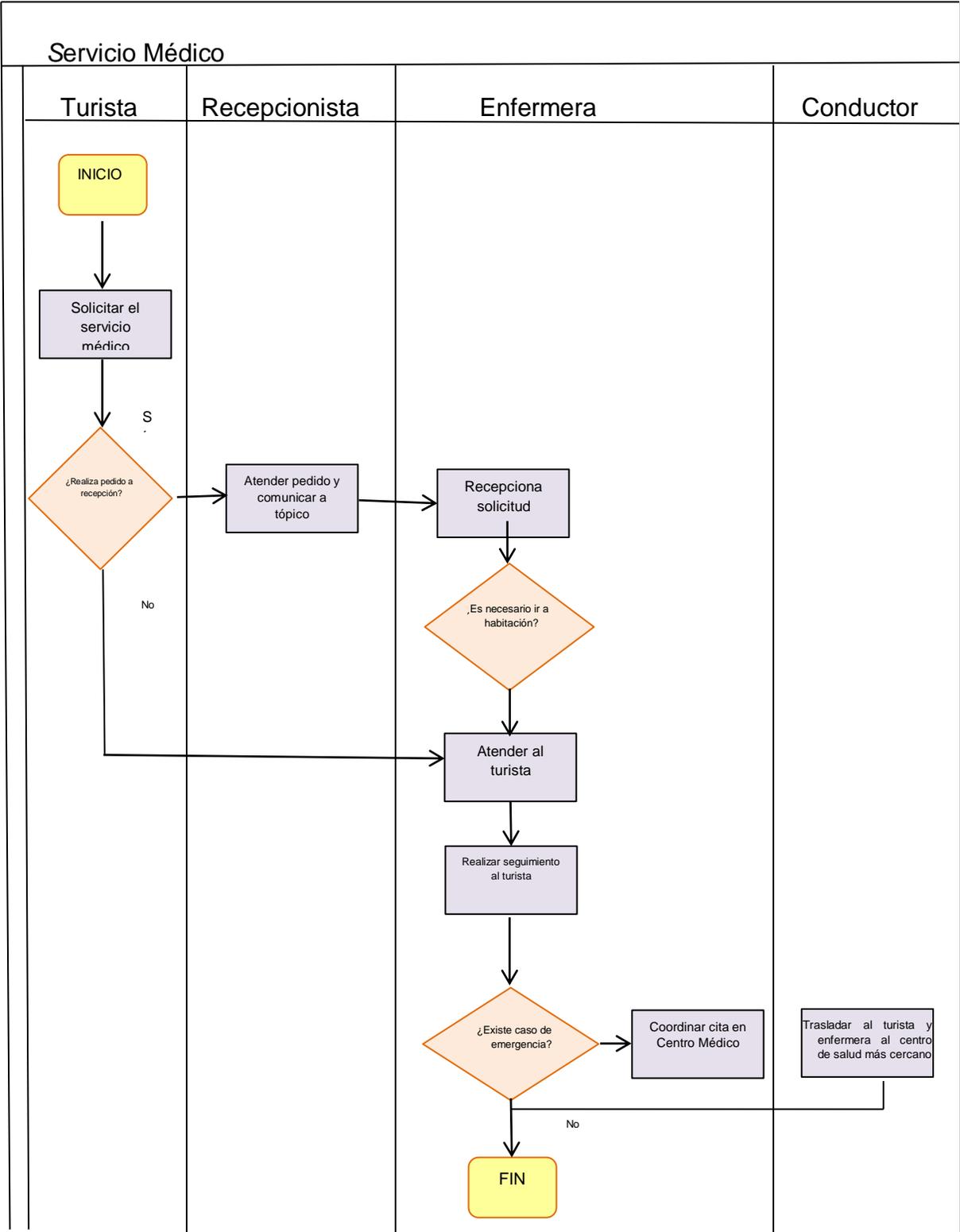
Este es más un proceso interno del lodge, que consiste en realizar el abastecimiento periódico de los insumos y materiales. (Véase Figura 20)



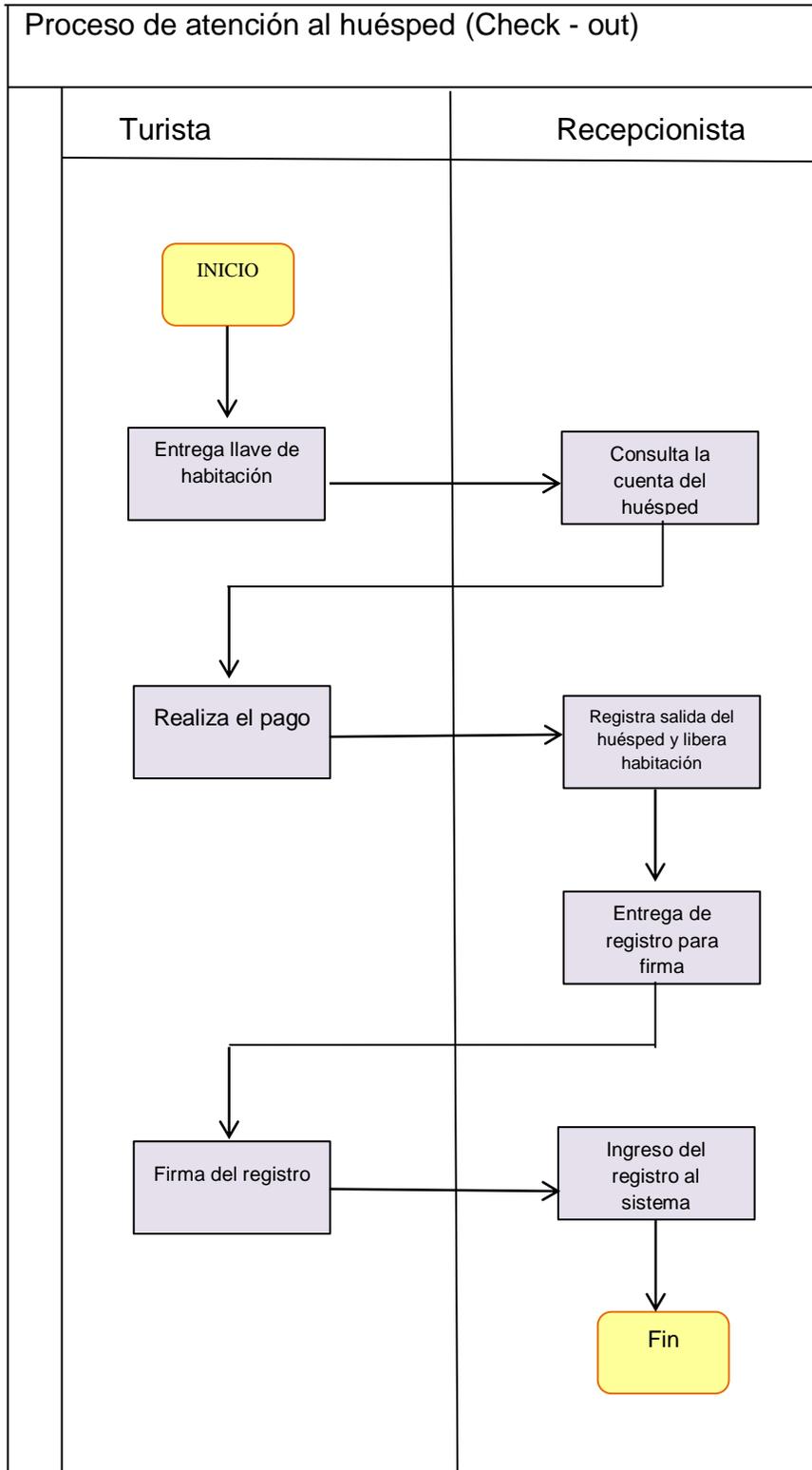
**Figura 16.** Flujograma del proceso de atención al huésped (Check-in)  
**Fuente:** Elaboración propia.



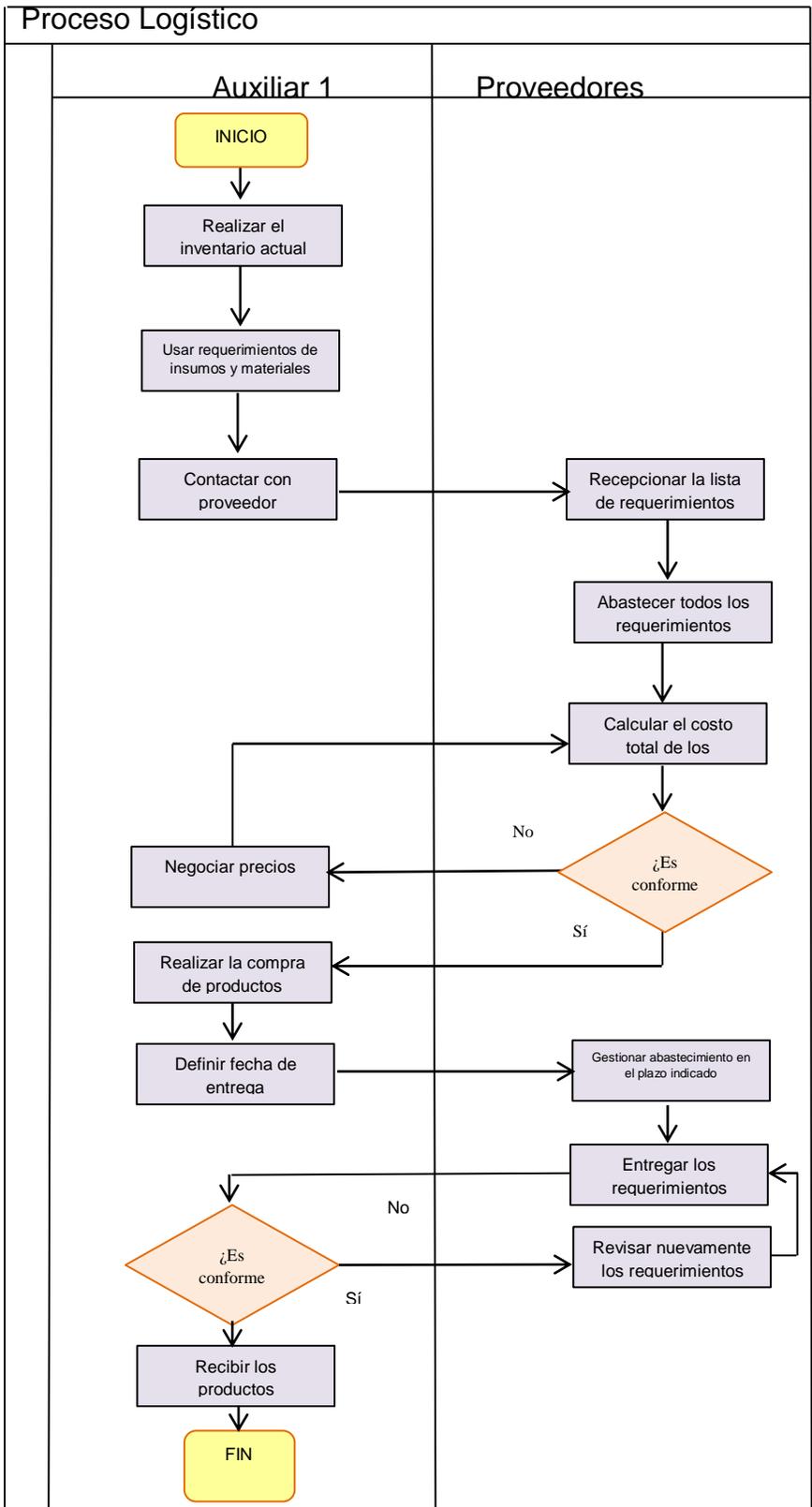
**Figura 17.** Flujograma del proceso de Servicio Turismo  
**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 18.** Flujograma del proceso de Servicio Médico  
**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 19.** Flujograma del proceso de atención al huésped (Check-out)  
**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 20.** Flujoograma de proceso logístico.

Fuente: Elaboración propi

### 3.2.2. Capacidad instalada y operativa

La capacidad instalada y operativa estarán basadas en el número de pernoctaciones (noches reservadas), que los turistas extranjeros y el vacacionista nacional pasen en el alojamiento rural.

**Tabla 53**

*Proyección de la capacidad ocupada anual (2021 - 2025)*

<b>Mes</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Enero	112	119	127	105	109
Febrero	112	119	127	105	109
Marzo	112	119	127	105	109
Abril	115	122	130	108	112
Mayo	115	122	130	108	112
Junio	118	125	133	111	115
Julio	118	125	133	111	115
Agosto	118	125	133	111	115
Septiembre	115	122	130	108	112
Octubre	115	122	130	108	112
Noviembre	115	122	130	108	112
Diciembre	115	122	130	108	112
<b>Total</b>	<b>1,375</b>	<b>1,467</b>	<b>1,558</b>	<b>1,291</b>	<b>1,349</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la Tabla 53, se puede apreciar la capacidad ocupada proyectada del alojamiento, expresada en número de pernoctaciones por cada mes, y en la tabla 54 el porcentaje que esta representa de la capacidad instalada.

**Tabla 54***Proyección del porcentaje de ocupación (2021 - 2025)*

<b>Mes</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Enero	40%	43%	45%	48%	51%
Febrero	40%	43%	45%	48%	51%
Marzo	40%	43%	45%	48%	51%
Abril	43%	45%	47%	48%	51%
Mayo	43%	45%	47%	48%	51%
Junio	52%	55%	57%	60%	62%
Julio	52%	55%	57%	60%	62%
Agosto	52%	55%	57%	60%	62%
Septiembre	41%	43%	45%	48%	51%
Octubre	41%	43%	45%	48%	51%
Noviembre	41%	43%	45%	48%	51%
Diciembre	41%	43%	45%	48%	51%

**Fuente:** Elaboración propia**Tabla 55***Proyección de la capacidad instalada anual (2021 - 2025)*

<b>Mes</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Enero	545	545	545	545	545
Febrero	545	545	545	545	545
Marzo	545	545	545	545	545
Abril	548	548	548	548	548
Mayo	548	548	548	548	548
Junio	551	551	551	551	551
Julio	551	551	551	551	551
Agosto	551	551	551	551	551
Septiembre	548	548	548	548	548
Octubre	548	548	548	548	548
Noviembre	548	548	548	548	548
Diciembre	548	548	548	548	548
<b>Total</b>	<b>6,570</b>	<b>6,570</b>	<b>6,570</b>	<b>6,570</b>	<b>6,570</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En consecuencia, en la Tabla 55, se puede observar claramente la capacidad instalada proyectada para los 5 primeros años del proyecto (reflejado en número de pernoctaciones máximas).

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

#### a) Terrenos

**Tabla 56**

*Cuadro de requerimiento terreno*

ÍTEM	ÁREA REQUERIDA m <sup>2</sup>
1	749

**Fuente:** Elaboración propia

#### b) Maquinaria y equipos

En la Tabla 57 se listan las maquinarias y equipos requeridos para el adecuado funcionamiento y oferta de un servicio de calidad.

**Tabla 57**

*Cuadro de requerimiento maquinaria y equipo.*

ÍTEM	ÁREA DEL ALOJAMIENTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
1		TV 49" Full HD	2
2	Habitaciones	Termo radiador	12
3		Terma eléctrica 50Lts	1
4		Horno Microondas	1
5		Campana extractora	1
6		Cocina Industrial	1
7		Parilla a Carbón	1
8	Restaurante	Refrigeradora	1
9		Congeladora 150L	1
10		Licuadora	1
11		Combo electrodoméstico	1
12		Caja fuerte	1
13		Centro de entretenimiento	1
14	Otros	Parlante amplificador portátil	1
15		Lavadora	1
16		Laptop	1
17	Administración	Impresora/Escáner	1
18		Cámara/Videograbadora	1

**Fuente:** Elaboración propia

c) Vehículos

En la Tabla 58 se lista el vehículo requerido para el proyecto.

**Tabla 58**

*Cuadro de requerimiento vehículo*

ÍTEM	ÁREA DEL ALOJAMIENTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
1	Otros	Mini Van	1

**Fuente:** Elaboración propia

d) Mobiliario

El mobiliario está constituido por todos los elementos requeridos en habitaciones, zona común y administrativa.

**Tabla 59**

*Cuadro de requerimiento mobiliario.*

ÍTEM	ÁREA DEL ALOJAMIENTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
1		Cama Queen	2
2		Cama 2 plazas	16
3		Mesa de noche	18
4		Mesa Central Circular	10
5	Habitaciones	Sillas de Habitaciones	20
6		Toallas de baño	10
7		Cortinas	13
8		Tacho de basura	13
9		Reloj de Pared 38 cm	12
10		Espejo 50 X 40 cm	11
11		Juego de sala (sofás)	1
12	Áreas comunes	Extintor PQS 4 kg	10
13		Mesa central de	1

		madera	
14		Librero 4 repisas	1
15	Áreas comunes	Alarma contra incendios	8
16		Plantas y macetas	28
17		Escritorio personal	2
18		Silla de oficina	6
19	Administración	Pizarra acrílica 120 x 80cm	2
20		Uniformes para personal	9
21		Mostrador Grande Modular	1
22		Juego de comedor	6
23		Set de cubiertos	7
24		Set de vasos de vidrio	7
25		Set de copas x6	4
26	Restaurante	Jarras	6
27		Set de vajillas	8
28		Servilletas de tela 40x40	14
29		Manteles	8
30	Tópico	Camilla metálica	2
31		Biombos	3

---

**Fuente:** Elaboración propia

e) Insumos

Adicionalmente a los equipos y muebles necesarios, se requieren insumos o implementos de acuerdo al tipo de servicio ofrecido.

**Tabla 60**

*Cuadro de requerimiento de insumos*

<b>Área/ Ambiente</b>	<b>Descripción de Insumos</b>				<b>Servicio</b>
Restaurante	Verduras	Café	Frutas	Azúcar	Desayuno
	Pan	Infusiones	Queso	Limón	Almuerzo
	Aceite	Carne	Leche	Sal	Cena
Bar	Truchas		Chicha de jora/Cerveza		Snacks
	Carne/Pollo		Gaseosa/Agua		Bebidas
Limpieza	Desinfectante	Bolsas	Baldes	Guantes	Limpieza
	Cera	Recogedor	Esponjas	Escobas	total
Suministro para baños	Papel Higiénico	Desinfectantes	Lejía	Desatorador	
	Papel Toalla	Aromatizador	Limpiavidrios	Esponjas de baño	Suministro de aseo
Tópico	Alcohol etílico	Gasa	Antialérgicos	Guantes	Suministros
	Suero	Antibióticos	Antiinflamatorios	Tapabocas	para tópico
Lavandería	Detergente	Blanqueador	Clorox	Bolsas	Lavado
	Suavizante	Quitamanchas	Repuestos	Canastas	general

**Fuente:** Elaboración propia

e) Personal

**Tabla 61**

*Cuadro de requerimiento de personal*

PUESTO	Cantidad	PRINCIPALES FUNCIONES	REQUERIMIENTOS
<b>JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nombramiento del gerente general</li> <li>Ampliación del capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Disposición para inversión.</li> </ul>
<b>GERENTE GENERAL</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Supervisión de resultados</li> <li>Optimización de servicios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia mínima de 2 años en el sector o puestos similares</li> <li>Conocimientos de inglés a nivel intermedio.</li> </ul>
<b>AUXILIAR 1</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manejo de almacenes</li> <li>Coordinación con agencias de viaje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia mínima de 1 años en logística y compras</li> <li>Conocimientos de idioma ingles a nivel básico.</li> </ul>
<b>AUXILIAR 2</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Supervisión de Área de Servicios</li> <li>Atención de requerimientos de Personal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia mínima de 1 años en Recursos Humanos</li> <li>Conocimientos de idioma ingles a nivel básico.</li> </ul>
<b>RECEPCIONISTA</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención central telefónica</li> <li>Registro de turista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia mínima de 1 año en central telefónica.</li> <li>Conocimientos de idioma ingles a nivel avanzado</li> </ul>
<b>GUIA TURISTICO</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseño de rutas e itinerarios</li> <li>Información turística a visitantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia de trabajo con comunidades locales</li> <li>Conocimientos de idioma ingles a nivel avanzado.</li> </ul>
<b>CONDUCTOR</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manejo de vehículos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia mínima de 3 años en trabajos similares</li> <li>Contar con breveté categoría A2, y conocimientos de rutas locales.</li> </ul>
<b>HOUSEKEEPER</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Limpieza de ambientes de zona central y hospedaje.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia mínima de 1 año en puestos similares</li> <li>Conocimiento de idioma ingles a nivel básico</li> </ul>
<b>CHEF</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Registro de demanda de Ingredientes</li> <li>Elección de menús y platillos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia mínima de 2 años en posiciones similares.</li> <li>Conocimientos básicos de inglés</li> </ul>
<b>MOZO</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención a las mesas</li> <li>Toma y registro de pedidos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia mínima de 1 año en posiciones similares</li> <li>Conocimientos avanzados de inglés.</li> </ul>
<b>ENFERMERA</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención de emergencias</li> <li>Coordinación con hospitales en emergencia mayores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia mínima de 2 años en emergencia.</li> <li>Conocimientos de idioma ingles a nivel intermedio.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia.

### 3.2.4. Infraestructura y características físicas

La distribución de los ambientes del alojamiento se realizó tomando en consideración 3 factores: funcionalidad de cada área, superficie del terreno, y satisfacción de los clientes. Yuracmayo Lodge S.R.L contará con un establecimiento de un piso, de 749 metros cuadrados. A continuación, se describirá la distribución de cada servicio.

a) Sector Central: zona administrativa y zona de servicios

Para este sector se toman en cuenta la relación de servicio accesorios que requieren de un espacio físico para realizar las operaciones. Según la Tabla 62, para las áreas administrativas se asignan espacios estándar, asimismo, en el caso del restaurante del alojamiento se realizará el dimensionamiento de acuerdo al número esperado de turistas.

**Tabla 62**

*Características de zona administrativa y servicios de Yuracmayo Lodge S.R.L*

Sector	Zona	Área (m <sup>2</sup> )	Subtotal (m <sup>2</sup> )
Ingreso	Estacionamiento privado	200	200
	Recepción	23	
	Cocina	35	
Servicios	Servicios Higiénicos	12	163
	Restaurante	55	
	Tópico	23	
	Lavandería	15	
Administrativo	Oficinas administrativas	35	41
	Almacén Administrativo	6	
Otros	Hall Principal	55	55
	<b>Total</b>		<b>459</b>

**Fuente:** Elaboración propia

b) Sector de alojamiento

El área de sector alojamiento, según la Tabla 63, estará en función de la cantidad de habitaciones y pernотaciones. Por ello, es necesario calcular el número de metros cuadrados requeridos para cada habitación.

**Tabla 63**

*Características área de total requerida para el sector alojamiento (habitaciones)*

Tipo de habitación	Área (m <sup>2</sup> )		Área (m <sup>2</sup> )		Total (m <sup>2</sup> )	Número necesario de habitaciones	Área Requerida	Total (m <sup>2</sup> )
	Mínimo	Sugerido	Mínimo	Sugerido				
Habitación Simple	13	17	5.5	6	23	3	69	
Habitación Doble	18	23	5.5	6	29	2	58	
Habitación Triple	.....	29	5.5	6	35	3	105	290
Habitación Matrimonial	28	23	5.5	6	29	2	58	

**Fuente:** Elaboración propia

Como resultado, para ambos sectores se requiere un total de 639 m<sup>2</sup>, como se detalla a continuación en la Tabla 64.

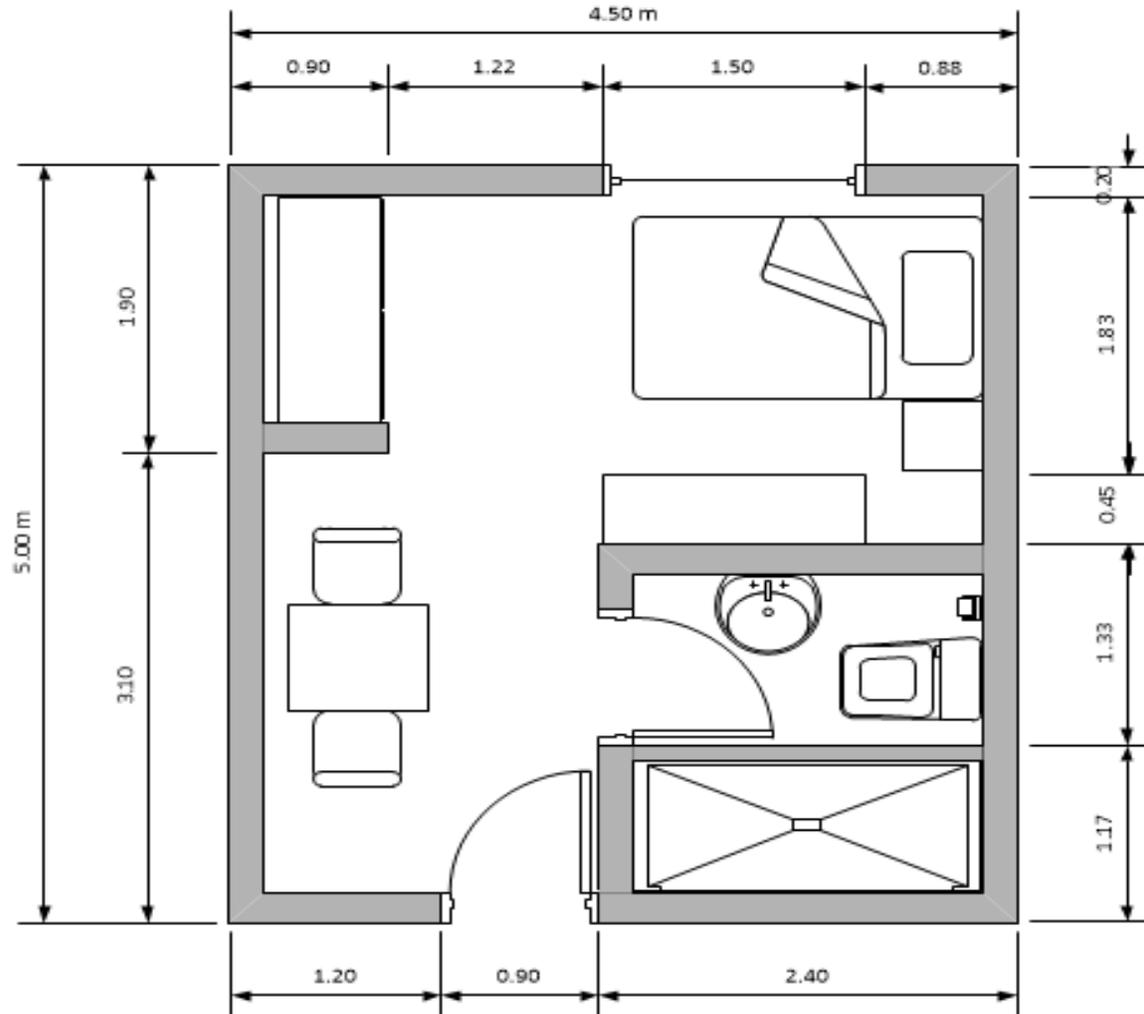
**Tabla 64**

*Área total requerida para Yuracmayo Lodge S.R.L.*

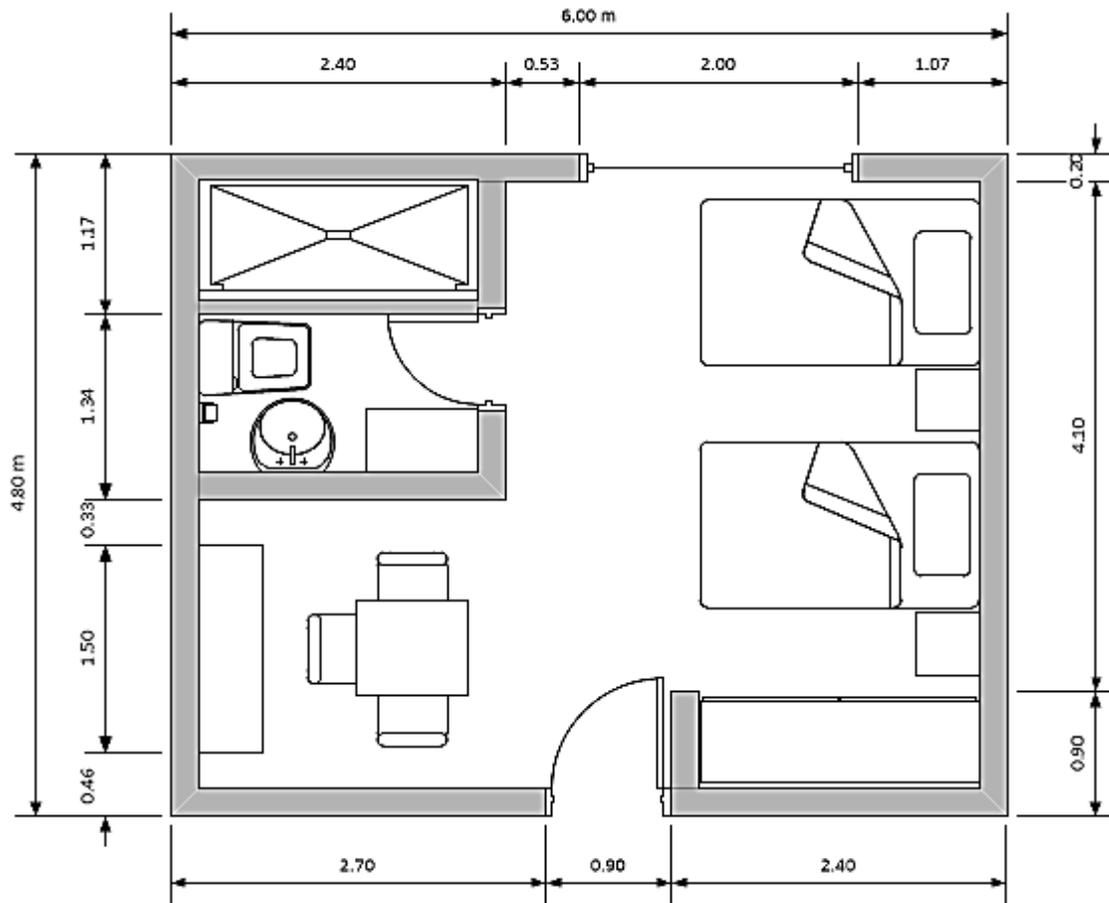
Sector	Área (m <sup>2</sup> )
Sector Administrativo y Servicios	459
Sector Alojamiento	290
<b>Total</b>	<b>749</b>

**Fuente:** Elaboración propia

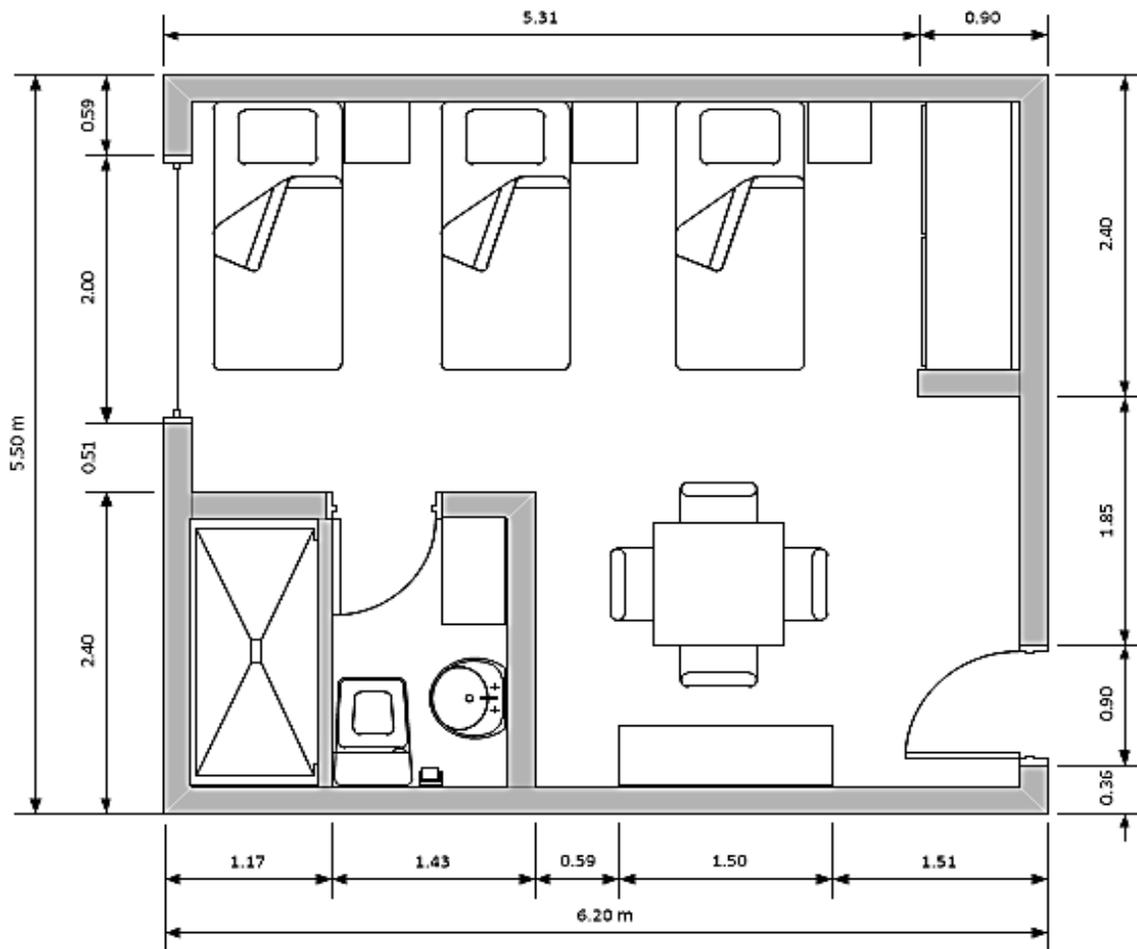
En ese sentido, se muestran en las Figuras 20, 21, 22 y 23 la distribución de cada tipo de habitación que forma parte del alojamiento.



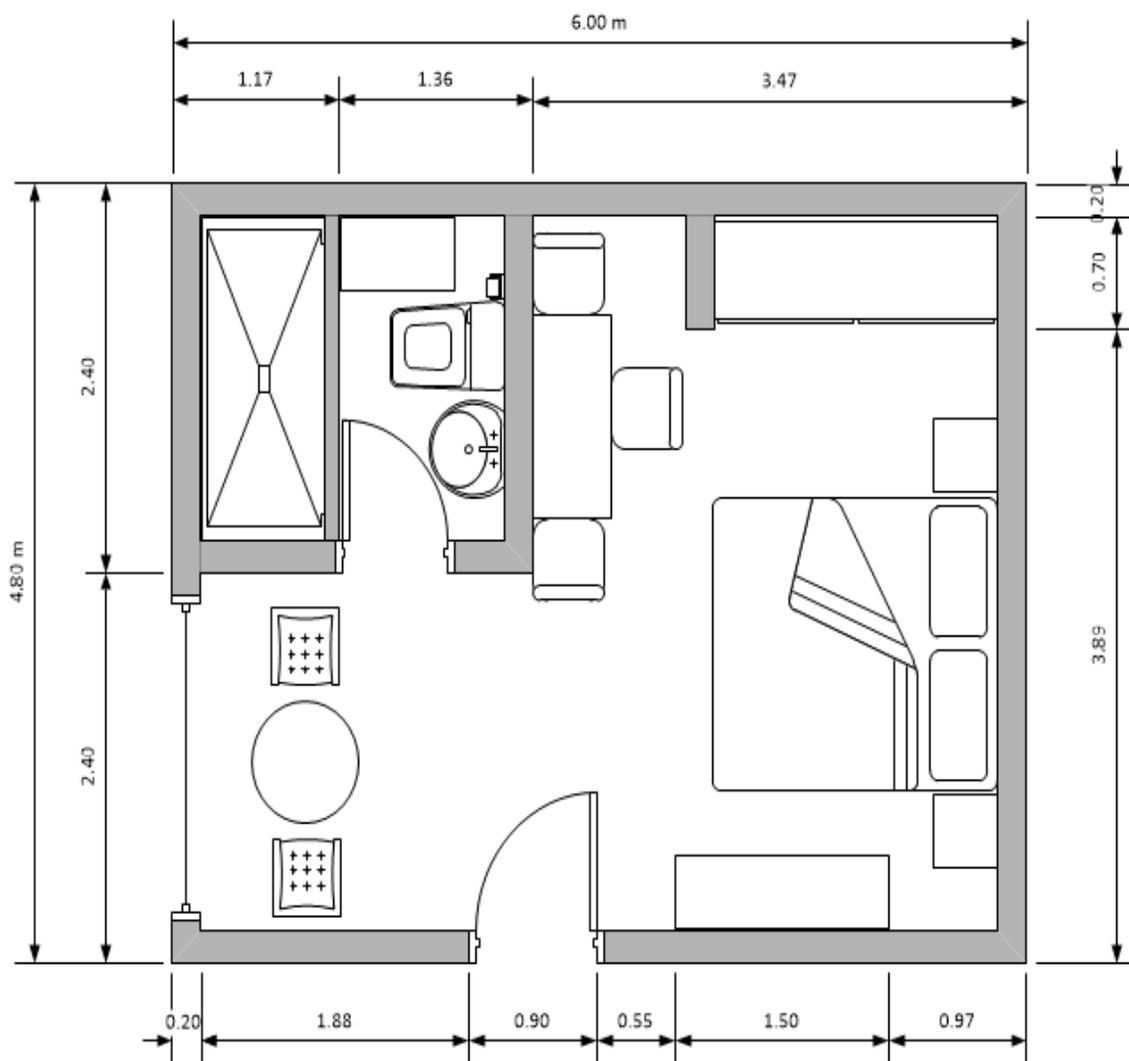
**Figura 21.** Layout habitación simple  
Fuente: **Elaboración propia**



**Figura 22.** Layout habitación doble  
**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 23.** Layout habitación triple  
**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 24. Layout habitación Matrimonial**  
 Fuente: Elaboración propia

### 3.3. Localización del negocio, factores determinantes

El proyecto comprenderá un análisis de dos tipos de localización; el primer análisis es la macro localización, el cual será el Departamento de Lima, lugar de arribo de la gran mayoría de turistas; y el segundo análisis es la micro localización, donde se evaluarán 3 localizaciones específicas a nivel de Provincias del Departamento de Lima (Cañete, Huarochirí y Canta), usando como factor determinante el estudio de la localización mediante el método Brown y Gibson, el cual se describirá a continuación.



**Figura 25.** Provincias del Departamento de Lima  
Fuente: Google Imágenes

**Tabla 65***Factores objetivos de micro localización*

Localización	Costo de Terreno (S/.)	Costo de distribución (S/.)	Costos Totales (S/.)	1/CT	Factor objetivo
Cañete	S/. 87000	50	S/. 87050	0.0000114	0.10
Huarocharí	S/. 11208	50	S/. 11258	0.0000888	0.79
Canta	S/. 79000	55	S/. 79055	0.0000126	0.11
<b>Total</b>				0.0001128	1

Nota: CT = Costo Total

**Fuente:** Elaboración propia**Tabla 66***Peso ponderado de factores subjetivos de micro localización.*

Factores Subjetivos	Comparaciones Pareadas			Sumatoria de preferencia	Precio Ponderado
	1	2	3		
Disponibilidad de área	1		1	2	0.33
Características naturales de la zona	1	1		2	0.33
Accesibilidad		1	1	2	0.33
<b>Total</b>				6	1

**Fuente:** Elaboración propia

Primero, se establecieron 2 factores objetivos predominantes, el costo del terreno y el costo de distribución de insumos a la empresa, resultando como localización con el valor más alto el de la Provincia Huarocharí, 0.79. (Véase Figura 25)

Luego, se procedió a ponderar los factores subjetivos, que para este proyecto serán la disponibilidad de área, características naturales de la zona y accesibilidad. (Véase Tabla 66)



**Figura 26.** Distritos de la Provincia de Huarochirí  
 Fuente: Google Imágenes

**Tabla 67***Calificación de las microlocalizaciones según los factores subjetivos*

Localización	Disponibilidad de Área			Características Naturales de la Zona			Accesibilidad		
	Combinaciones pareadas	Sumatoria de preferencias	Clasificación	Combinaciones pareadas	Sumatoria de preferencias	Clasificación	Combinaciones pareadas	Sumatoria de preferencias	Clasificación
	3			3			3		
Cañete	0	0	0	1	1	0.33	1	1	0.50
Huachichilco	1	1	0.5	1	1	0.33	1	1	0.50
Canta	1	1	0.5	1	1	0.33	0	0	0
<b>Total</b>	.....	2	1	.....	3	1	.....	2	1

**Fuente:** Elaboración propia

En el siguiente paso, tal como indica la Tabla 67, se calificaron las posibles micro localizaciones según los factores subjetivos antes mencionados, para luego hallar el valor de cada factor, teniendo como el mayor a las características naturales de la zona (véase Tabla 68).

**Tabla 68***Valor de factores subjetivos de micro localización*

Factores Subjetivos	Calificación			Peso Ponderado	Factor Subjetivo
	Cañete	Huachichilco	Canta		
Disponibilidad de área	0	0.5	0.5	0.33	0.28
Características naturales de la zona	0.33	0.33	0.33	0.33	0.44
Accesibilidad	0.5	0.5	0	0.33	0.28
<b>Total</b>				1	1

**Fuente:** Elaboración propia

<b>MLPi=KFOi+(1-K)Fsi</b>	
MLPi :	Medida de localización preferencial
Foi :	Factor Objetivo
Fsi :	Factor Subjetivo
K :	Constante (valor del proyectista con respecto al factor más importante)

**Figura 27.** Fórmula del método Brown y Gibson

**Fuente:** Elaboración propia

Finalmente, usando la fórmula de la Figura 26, y tomando 0.4 como valor de la constante K (considerando que el factor subjetivo tiene mayor importancia sobre el factor objetivo), se obtiene que la localización preferencial del proyecto deba estar en el la Provincia de Huarochirí, con un resultado de 0.58 (véase Tabla 69).

**Tabla 69**

*Resultados de la fórmula del método Brown y Gibson*

<b>MLPi=KFOi+(1-K)Fsi</b>	
MLP Cañete	0.30
MLP Huarochirí	0.58
MLP Canta	0.21
	1

**Fuente:** Elaboración propia

## CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

### 4.1. Inversión fija

Esta inversión lo integran los bienes adquiridos con la finalidad de emplearlos en forma permanente en el negocio.

#### 4.1.1. Inversión tangible

##### a. Inversión en Terreno

La inversión en terreno, se define en base a los requerimientos de espacio y el precio por metro cuadrado determinados en el capítulo de estudio técnico.

**Tabla 70**

*Inversión en terreno*

ÍTEM	ÁREA REQUERIDA m <sup>2</sup>	PRECIO POR m <sup>2</sup>	PRECIO TOTAL
1	749	S/. 5.00	S/.3,745.00
<b>Total</b>			<b>S/3,745.00</b>

**Fuente:** Elaboración propia

##### b. Inversión en Maquinaria y Equipos

La Tabla 71 presenta la inversión en maquinaria y equipos agrupada según áreas del alojamiento.

**Tabla 71***Inversión en Maquinarias y Equipos*

ÍTEM	ÁREA DEL ALOJAMIENTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1		TV 49" Full HD	2	S/. 1,350.00	S/. 2,700.00
2	Habitaciones	Termoradiador	12	S/. 144.00	S/. 1,728.00
3		Terma eléctrica 50Lts	1	S/. 899.00	S/. 899.00
4		Horno Microondas	1	S/. 269.00	S/. 269.00
5		Campana extractora	1	S/. 299.00	S/. 299.00
6		Cocina Industrial	1	S/. 800.00	S/. 800.00
7	Restaurante	Parilla a Carbón	1	S/. 450.00	S/. 450.00
8		Refrigeradora	1	S/. 1,250.00	S/. 1,250.00
9		Congeladora 150L	1	S/. 890.00	S/. 890.00
10		Licuada	1	S/. 299.00	S/. 299.00
11		Combo electrodoméstico	1	S/. 430.00	S/. 430.00
12		Caja fuerte	1	S/. 99.00	S/. 99.00
13		Centro de entretenimiento	1	S/. 599.00	S/. 599.00
14	Otros	Parlante amplificador portátil	1	S/. 250.00	S/. 250.00
15		Lavadora	1	S/. 1,549.00	S/. 1,549.00
16		Laptop	1	S/. 2,050.00	S/. 2,050.00
17	Administración	Impresora/Escáner	1	S/. 730.00	S/. 730.00
18		Cámara/Videograbadora	1	S/. 639.00	S/. 639.00
<b>Total</b>					<b>S/. 15,930.00</b>

**Fuente:** Elaboración propia

#### d. Inversión en Muebles y enseres

La Tabla 72 resume y agrupa la inversión en mobiliario por áreas del alojamiento.

**Tabla 72**

*Inversión en muebles y enseres*

ÍTEM	ÁREA DEL ALOJAMIENTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1		Cama Queen	2	S/. 1,050.00	S/. 2,100.00
2		Cama 2 plazas	16	S/. 669.00	S/. 10,704.00
3		Mesa de noche	18	S/. 310.00	S/. 5,580.00
4		Mesa Central Circular	10	S/. 110.00	S/. 1,100.00
5	Habitaciones	Sillas de Habitaciones	20	S/. 99.00	S/. 1,980.00
6		Toallas de baño	10	S/. 14.00	S/. 140.00
7		Cortinas	13	S/. 40.00	S/. 520.00
8		Tacho de basura	13	S/. 21.00	S/. 273.00
9		Reloj de Pared 38 cm	12	S/. 35.00	S/. 420.00
10		Espejo 50 X 40 cm	11	S/. 20.00	S/. 220.00
11		Juego de sala (sofás)	1	S/. 1,750.00	S/. 1,750.00
12		Extintor PQS 4 kg	10	S/. 60.00	S/. 600.00
13	Áreas comunes	Mesa central de madera	1	S/. 120.00	S/. 120.00
14		Librero 4 repisas	1	S/. 130.00	S/. 130.00
15		Alarma contra incendios	8	S/. 25.00	S/. 200.00
16		Plantas y macetas	28	S/. 22.00	S/. 616.00
17		Escritorio personal	2	S/. 219.00	S/. 438.00
18		Silla de oficina	6	S/. 59.00	S/. 354.00
19	Administración	Pizarra acrílica 120 x 80cm	2	S/. 45.00	S/. 90.00
20		Uniformes para personal	9	S/. 85.00	S/. 765.00
21		Mostrador Grande Modular	1	S/. 350.00	S/. 350.00
22		Juego de comedor	6	S/. 345.00	S/. 2,070.00
23		Set de cubiertos	7	S/. 35.00	S/. 245.00
24		Set de vasos de vidrio	7	S/. 25.00	S/. 175.00
25	Restaurante	Set de copas x6	4	S/. 30.00	S/. 120.00
26		Jarras	6	S/. 12.00	S/. 72.00
27		Set de vajillas	8	S/. 35.00	S/. 280.00
28		Servilletas de tela 40x40	14	S/. 5.00	S/. 70.00
29		Manteles	8	S/. 32.00	S/. 256.00
30	Tópico	Camilla médica	2	S/. 150.00	S/. 300.00
31		Biombos	3	S/. 90.00	S/. 270.00
<b>Total</b>					<b>S/. 32,308.00</b>

Fuente: Elaboración propia

### e. Inversión en Vehículo

La Tabla 73 indica la inversión en el vehículo necesario para movilización.

**Tabla 73**

*Inversión en vehículo*

ÍTEM	ÁREA DEL ALOJAMIENTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Otros	Mini Van	1	S/. 14,100.00	S/.14,100.00
<b>Total</b>					<b>S/.14,100.00</b>

Fuente: Elaboración propia

### Resumen de la Inversión en Activo Tangible

Como se puede observar en la Tabla 74, el monto total de la inversión en activos fijos tangibles asciende a S/. 66,083.00

**Tabla 74**

*Inversión en activo tangible total*

Nro.	CONCEPTO	MONTO
1	Inversión terreno	S/. 3,745.00
2	Inversión en maquinaria y equipo	S/. 15,930.00
3	Inversión en muebles y enseres	S/. 32,308.00
4	Inversión en vehículo	S/. 14,100.00
<b>Activo Tangible Total</b>		<b>S/. 66,083.00</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.1.2. Inversión intangible

##### a. Inversión en Licencias y Certificaciones

En este acápite se incluyen las gestiones municipales, así como las licencias y certificaciones requeridas para la constitución de la empresa, así como también los servicios publicitarios antes de apertura. La Tabla 75 resume los costos por cada trámite.

**Tabla 75**

*Inversión en licencias y certificaciones.*

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Trámites de constitución	1	S/950.00	S/. 950.00
2	Registro de marca	1	S/.535.00	S/. 535.00
3	Licencia de funcionamiento	1	S/.736.80	S/. 736.80
4	Defensa Civil	1	S/.190.00	S/. 190.00
5	Certificación de Clasificación y/o Categorización	1	S/. 70.00	S/. 70.00
<b>Total</b>				<b>S/2,481.80</b>

**Fuente:** Elaboración propia

##### b. Inversión en avisos publicitarios y lanzamiento

Los montos a invertir en las acciones de marketing y publicidad, así como los desarrollos web para lanzamiento y apertura se detallan en la Tabla 76

**Tabla 76***Inversión en servicios publicitarios antes de apertura*

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Hosting de la página web	1	S/.800.00	S/. 800.00
2	Promoción del servicio de alojamiento por redes sociales	1	S/.105.00	S/. 105.00
<b>Total</b>				<b>S/. 905.00</b>

**Fuente:** Elaboración propia**c. Inversión en Instalación de Servicios**

La Tabla 77 resume los costos de instalación de los servicios del alojamiento.

**Tabla 77***Inversión en instalación de servicios*

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Instalación de servicio de teléfono fijo	1	S/. 60.00	S/. 60.00
2	Instalación de servicio de internet	1	S/. 70.00	S/. 70.00
<b>Total</b>				<b>S/. 130.00</b>

**Fuente:** Elaboración propia

## Resumen de la Inversión de Activo Intangible

Como se aprecia en la Tabla 78, el monto a invertir en activos fijos intangibles asciende a S/. 3,516.80

**Tabla 78**

*Inversión en activo intangible total*

<b>Nro.</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>MONTO</b>
1	Inversión Licencias y Certificaciones	S/.2,481.80
2	Inversión en servicios publicitarios	S/. 905.00
3	Inversión en instalación de servicios	S/. 130.00
	<b>Total</b>	<b>S/.3,516.80</b>

**Fuente:** Elaboración propia

### 4.2. Capital de trabajo

Está representado por todos los necesarios para la puesta en marcha de las operaciones de Yuracmayo Lodge S.R.L.

A continuación, se detallan todos los gastos, desde la Tabla 79 a la Tabla 86.

**Tabla 79***Gastos Administrativos*

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Gerente General	1	S/. 1,681.67	S/. 1,681.67
2	Auxiliar 1	1	S/. 1,421.25	S/. 1,421.25
3	Auxiliar 2	1	S/. 1,421.25	S/. 1,421.25
4	Recepcionista	1	S/. 1,108.75	S/. 1,108.75
5	Guía Turístico	1	S/. 1,108.75	S/. 1,108.75
<b>Total</b>				<b>S/. 6,741.67</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 80***Costos de mano de obra*

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Conductor	1	S/. 1,108.75	S/. 1,108.75
2	Housekeeper	1	S/. 983.75	S/. 983.75
3	Chef	1	S/. 1,108.75	S/. 1,108.75
4	Mozo	1	S/. 983.75	S/. 983.75
5	Enfermera	1	S/. 1,108.75	S/. 1,108.75
<b>Total</b>				<b>S/. 5,293.75</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 81***Gastos de seguridad y otros*

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Servicio de recarga de extintores	10	S/. 35.00	S/. 350.00
<b>Total</b>				<b>S/. 350.00</b>

**Fuente:** Elaboración propia**Tabla 82***Gastos indirectos*

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Servicio Eléctrico		Convenio	
2	Servicio de Agua Potable		Convenio	
3	Plan de internet fijo	1	S/. 70.00	S/. 70.00
4	Artículos de oficina	1	S/. 45.00	S/. 45.00
5	Gasolina y mantenimiento	1	S/. 550.00	S/. 550.00
6	Abastecimiento de Gas 45kg	1	S/. 148.00	S/. 148.00
7	Servicio de delivery de insumos	1	S/. 50.00	S/. 50.00
<b>Total</b>				<b>S/. 863.00</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 83***Gastos de publicidad.*

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Servicio de Google Ads	1	S/. 250.00	S/. 250.00
2	Servicio publicitario de Facebook Ads	1	S/. 105.00	S/. 105.00
<b>Total</b>				<b>S/. 355.00</b>

**Fuente:** Elaboración propia**Tabla 84***Gastos de insumo de limpieza*

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Desinfectante 3.8 L	1	S/. 11.00	S/. 11.00
2	Lejía x 4 L	2	S/. 8.00	S/. 16.00
3	Ambientador x 432 ml	3	S/. 3.00	S/. 9.00
4	Cera Líquida x 1 L	2	S/. 9.00	S/. 18.00
5	Bolsa de basura 35 L	4	S/. 2.50	S/. 10.00
6	Bolsa para tacho x 10	18	S/. 1.50	S/. 27.00
7	Limpia muebles x 220 ml	1	S/. 9.00	S/. 9.00
8	Limpia vidrios x 650 ml	1	S/. 9.00	S/. 9.00
9	Saca grasas x 500 ml	2	S/. 8.00	S/. 16.00
10	Lavavajilla Líquido x 900 ml	3	S/. 7.50	S/. 22.50
11	Paños Multiuso x 40 unidades	1	S/. 8.00	S/. 8.00
12	Guantes de Jebe	2	S/. 3.50	S/. 7.00
13	Escoba	1	S/. 8.00	S/. 8.00
14	Escoba para baño	1	S/. 7.00	S/. 7.00
15	Trapeador	1	S/. 7.00	S/. 7.00
16	Recogedor	2	S/. 5.00	S/. 10.00
17	Desatorador	1	S/. 6.50	S/. 6.50
18	Alcohol en gel x 2 L	3	S/. 16.50	S/. 49.50
19	Papel higiénico X 24	3	S/. 22.00	S/. 66.00
20	Papel toalla x 6	2	S/. 7.00	S/. 14.00
21	Detergente x 4.5kg	1	S/. 43.00	S/. 43.00
22	Suavizante x 5L	1	S/. 31.00	S/. 31.00
<b>Total</b>				<b>S/. 404.50</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 85***Gastos de insumos alimenticios*

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	
1	Pan	Panqueque andino	30	Unid.	S/. 1.00	S/. 30.00
2		Carne	6	kg	S/. 25.00	S/.150.00
3	Lomo saltado	Tomate	5	kg	S/. 3.00	S/. 15.00
4		Perejil	1	Paquete	S/. 5.00	S/. 5.00
5		Cebolla	5	kg	S/. 1.80	S/. 9.00
6		Leche fresca	5	Litro	S/. 4.00	S/. 20.00
7	Infusiones	Café	2	Paquete	S/. 18.00	S/. 36.00
8		Te	4	Caja	S/. 2.00	S/. 8.00
9		Carne	5	kg	S/. 25.00	S/125.00
10		Zanahoria	3	kg	S/. 2.50	S/. 7.50
11		Choclo	10	Unid.	S/. 1.80	S/. 18.00
12		Vainitas	4	kg	S/. 6.50	S/. 26.00
13	Menestrón clásico	Papa	8	kg	S/. 3.50	S/. 28.00
14		Fideo	15	Paquete	S/. 1.00	S/. 15.00
15		Albahaca	1	Paquete	S/. 6.00	S/. 6.00
16		Queso	2	kg	S/. 10.00	S/. 20.00
17		Huevo	5	kg	S/. 6.00	S/. 30.00
18		Trucha	8	kg	S/. 15.00	S/120.00
19		Cebolla	3	kg	S/. 1.80	S/. 5.40
20		Apio	1	Paquete	S/. 6.00	S/. 6.00
21	Trucha asada con ensalada fresca	Ajos	2	kg	S/. 14.00	S/.28.00
22		Papa	7	kg	S/. 3.50	S/. 24.50
23		Lechuga	6	Unid.	S/. 2.50	S/. 15.00
24		Choclo	10	Unid.	S/. 1.80	S/. 18.00
25		Palta	3	kg	S/. 8.00	S/. 24.00
26		Carne	5	kg	S/. 25.00	S/125.00
27		Pollo	5	kg	S/. 9.00	S/. 45.00
28	Pachamanca a la tierra	Cordero	5	kg	S/. 12.00	S/. 60.00
29		Habas	4	kg	S/. 2.50	S/. 10.00
30		Camote	4	kg	S/. 2.00	S/. 8.00
31		Papa	9	kg	S/. 3.50	S/. 31.50
32		Choclo	10	Unid.	S/. 1.80	S/. 18.00

33	Bebidas	Chicha de jora	8	Unid.	S/.	12.00	S/.	96.00
34		Cerveza	20	Unid.	S/.	7.00	S/.	140.00
35		Sal	2	kg	S/.	1.50	S/.	3.00
36		Azúcar	6	kg	S/.	3.00	S/.	18.00
37		Pimienta	0.3	Kg	S/.	25.00	S/.	7.50
38	Varios	Aceite	3	Litro	S/.	8.00	S/.	24.00
39		Aceite de Oliva	2	Litro	S/.	18.00	S/.	36.00
40		Vinagre	4	Litro	S/.	6.50	S/.	26.00
41		Limón	5	kg	S/.	3.00	S/.	15.00
<b>Total</b>							<b>S/1,437.40</b>	

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 86**

*Gastos de insumos de tópico*

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	
1	Alcohol etílico x 12ml	15	S/.	22.50	
2	Algodón x 500 gr	5	S/.	40.00	
3	Suero x 1L	5	S/.	125.00	
4	Gasa X 5 unid.	20	S/.	20.00	
5	Agua oxigenada 1 L	4	S/.	14.00	
6	Antibióticos	20	S/.	14.00	
7	Antiinflamatorio	20	S/.	30.00	
8	Antialérgico	20	S/.	70.00	
9	Antigripal	20	S/.	24.00	
10	Pastillas para mal de altura	20	S/.	46.00	
10	Guantes Quirúrgicos x 50 unid.	3	S/.	60.00	
11	Tapaboca x 50 unid.	4	S/.	480.00	
<b>Total</b>				<b>S/.</b>	<b>945.50</b>

**Fuente:** Elaboración propia

Es importante tomar en cuenta que los precios totales de las Tabla 84, Tabla 85 y la Tabla 86, representan promedios, que se calcularon en base a las cantidades requeridas para cada mes del primer año del proyecto. Según esto, se calculó el gasto total de insumos en la Tabla 87.

**Tabla 87**

*Gasto total de insumos.*

<b>Nro.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
1	Insumos de limpieza	1	S/. 404.50	S/. 404.50
2	Insumos alimenticios	1	S/. 1,437.40	S/. 1,437.40
3	Insumos de tópicos	1	S/. 945.50	S/. 945.50
	<b>Total</b>			<b>S/. 2,787.40</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En ese sentido, en la Tabla 88, se puede observar el valor total del capital de trabajo de la empresa (en el período de un mes).

**Tabla 88**  
*Capital de trabajo total*

ÍTEM	CONCEPTO	MONTO	
1	Gastos administrativos	S/.	6,741.67
2	Gastos de mano de obra	S/.	5,293.75
3	Gastos de seguridad y otros	S/.	350.00
4	Gastos Indirectos	S/.	863.00
5	Gastos de publicidad	S/.	355.00
6	Gastos de insumos	S/.	2,787.40
	<b>Total</b>	<b>S/.</b>	<b>16,390.82</b>

**Fuente:** Elaboración propia

#### 4.3. Inversión total

Se precisará una inversión total de S/. 86,404.33 tal como lo indica la Tabla 89, compuesta por el activo tangible, intangible y el capital de trabajo. El capital de trabajo fue corroborado en base al método del déficit acumulado máximo (véase Anexo 2).

**Tabla 89***Inversión total Yuracmayo Lodge S.R.L*

<b>Nro.</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>MONTO</b>	<b>PORCENTAJE DE LA INVERSIÓN</b>
1	Activo Fijo Tangible Total	S/. 66,083.00	76%
2	Activo Fijo Intangible Total	S/. 3,516.80	4.1%
3	Capital de Trabajo total	S/. 16,804.53	19%
	<b>Inversión Total</b>	<b>S/. 86,404.33</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia

#### 4.4. Estructura de la inversión y financiamiento

Yuracmayo Lodge S.R.L contará con un autofinanciamiento, procedente de los 6 inversionistas del proyecto. Los inversionistas son comuneros de la Comunidad Campesina San Juan de Yuracmayo. A continuación, se puede ver en la Tabla 90 la composición de los aportes:

**Tabla 90***Aportes de los inversionistas de Yuracmayo Lodge S.R.L*

<b>Nro.</b>	<b>INVERSIONISTAS</b>	<b>MONTO</b>	<b>PORCENTAJE DE APORTACIÓN</b>
1	Brescia Roxana Serrano Ricalde	S/. 14,400.72	17%
2	Julia Rosa Ricalde Matencio	S/. 14,400.72	17%
3	Orlando Máximo Ricalde Matencio	S/. 14,400.72	17%
4	Floresmilo Ricalde Matencio	S/. 14,400.72	17%
5	Arturo Salazar Ricalde	S/. 14,400.72	17%
6	Noel Salazar Ricalde	S/. 14,400.72	17%
	<b>Inversión Total</b>	<b>S/. 86,404.33</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia

## CAPÍTULO V: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

### 5.1. Presupuesto de los costos

Yuracmayo Lodge S.R.L contará con la siguiente estructura de costos proyectada, según Tabla 91.

**Tabla 91**

*Presupuestos de costos de Yuracmayo Lodge S.R.L*

Concepto		Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5
<b>Costos fijos</b>										
Depreciación	S/.	12,467.60								
Amortización	S/.	742.36								
Gastos indirectos	S/.	10,356.00	S/.	10,563.12	S/.	10,774.38	S/.	10,989.87	S/.	11,209.67
Gastos administrativos	S/.	80,900.00								
Gastos de mano de obra	S/.	63,525.00								
Gastos de publicidad	S/.	4,260.00	S/.	4,345.20	S/.	4,432.10	S/.	4,520.75	S/.	4,611.16
<b>Total de costos fijos</b>	<b>S/.</b>	<b>172,250.96</b>	<b>S/.</b>	<b>172,543.28</b>	<b>S/.</b>	<b>172,841.45</b>	<b>S/.</b>	<b>173,145.58</b>	<b>S/.</b>	<b>173,455.79</b>
<b>Costos variables</b>										
Costos de insumos	S/.	32,660.80	S/.	33,314.02	S/.	33,980.30	S/.	34,659.90	S/.	35,353.10
Gastos de seguridad	S/.	350.00	S/.	357.00	S/.	364.14	S/.	371.42	S/.	378.85
<b>Total de costos variables</b>	<b>S/.</b>	<b>33,010.80</b>	<b>S/.</b>	<b>33,671.02</b>	<b>S/.</b>	<b>34,344.44</b>	<b>S/.</b>	<b>35,031.33</b>	<b>S/.</b>	<b>35,731.95</b>
<b>Total de costos</b>	<b>S/.</b>	<b>205,261.76</b>	<b>S/.</b>	<b>206,214.30</b>	<b>S/.</b>	<b>207,185.88</b>	<b>S/.</b>	<b>208,176.90</b>	<b>S/.</b>	<b>209,187.74</b>

**Fuente:** Elaboración propia

## 5.2. Punto de equilibrio

Se determinó el punto de equilibrio (en unidades y en soles) del primer año, con el objetivo de conocer la cantidad o dinero necesario para no obtener ganancias ni pérdidas.

Como se puede observar en la Figura 27, el punto de equilibrio en unidades es de 926 pernотaciones. Esto indica que la empresa podrá atender está cantidad de pernотaciones, para cubrir sus costos (fijos y variables).

<b>Costo Fijo Total</b>	=	$\frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Pvu-Cvu}}$	=	$\frac{\text{S/. } 172,250.96}{\text{S/.}210.00 - \text{S/.}24.00}$	=	$\frac{\text{S/. } 172,250.96}{\text{S/. } 186.00}$	=	<b>926</b>
<b>Costo de Margen Unitario</b>								
<b>Cfu</b>	=	$\frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Cantidad de servicios brindados}}$	=	$\frac{\text{S/. } 172,250.96}{1,375}$	=	<b>S/. 125.25</b>		
<b>Cvu</b>	=	$\frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Cantidad de servicio brindados}}$	=	$\frac{\text{S/. } 33,010.80}{1,375}$	=	<b>S/. 24.00</b>		
<b>Nota:</b>								
<b>PVu</b> = Precio de Ventas								
<b>CVu</b> = Costo Variable Unitario								
<b>CFu</b> = Costo Fijo Unitario								

**Figura 28. Calculo del punto de equilibrio en unidades.**

**Fuente:** Elaboración propia

$PVu - CVu =$	S/.	210	-	S/.	24.00	=	S/.	<b>186.00</b>
---------------	-----	-----	---	-----	-------	---	-----	---------------

**Figura 29.** Cálculo del margen de contribución unitario.

**Fuente:** Elaboración propia

Del mismo modo, se pudo hallar el margen de contribución unitario (véase Figura 28), a partir del precio de venta promedio (de los cuatro tipos de habitación) y el costo variable unitario. Por ello, que se puede afirmar que dicho valor (S/. 186.00) permitirá cubrir los costos fijos unitarios (S/. 125.25), dando lugar a ganancias.

$P.E.u * PVu$	=	926.10	*	S/.	210	=	S/.	<b>194,480.48</b>
<b>Nota:</b>								
<b>P.E.u</b>	= Punto de equilibrio en unidades							

**Figura 30.** Cálculo del punto de equilibrio en soles

**Fuente:** Elaboración propia

Finalmente, tal como lo indica la Figura N° 29, el punto de equilibrio en soles es de S/. 194,480.48. Por lo tanto, este valor de ingresos podría cubrir el total de costos (fijos y variables), sin obtener ganancias ni pérdidas.

### 5.3. Estado de ganancias y pérdidas

**Tabla 92**

*Estado de Ganancias y Pérdidas de Yuracmayo Lodge S.R.L*

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ingresos</b>	<b>S/. 290,356.83</b>	<b>S/. 317,049.61</b>	<b>S/. 340,938.80</b>	<b>S/. 289,250.23</b>	<b>S/. 350,862.51</b>
Habitación simple	S/. 44,523.83	S/. 48,434.50	S/. 52,483.79	S/. 44,358.63	S/. 47,275.72
Habitación doble	S/. 79,771.17	S/. 87,967.52	S/. 92,704.67	S/. 79,445.90	S/. 127,261.13
Habitación triple	S/. 119,853.33	S/. 130,380.43	S/. 141,280.69	S/. 119,408.63	S/. 127,261.13
Habitación matrimonial	S/. 46,208.51	S/. 50,267.16	S/. 54,469.66	S/. 46,037.06	S/. 49,064.53
<b>Costos de producción</b>	<b>S/. 106,891.80</b>	<b>S/. 107,759.14</b>	<b>S/. 108,643.82</b>	<b>S/. 109,546.20</b>	<b>S/. 110,466.62</b>
Materia prima	S/. 32,660.80	S/. 33,314.02	S/. 33,980.30	S/. 34,659.90	S/. 35,353.10
Mano de obra	S/. 63,525.00				
Costos indirectos de fabricación	S/. 10,706.00	S/. 10,920.12	S/. 11,138.52	S/. 11,361.29	S/. 11,588.52
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>S/. 183,465.03</b>	<b>S/. 209,290.47</b>	<b>S/. 232,294.98</b>	<b>S/. 179,704.03</b>	<b>S/. 240,395.89</b>
<b>Gastos de operación</b>	<b>S/. 98,369.96</b>	<b>S/. 98,455.16</b>	<b>S/. 98,542.06</b>	<b>S/. 98,630.71</b>	<b>S/. 98,721.12</b>
Gastos de administración	S/. 98,369.96	S/. 98,455.16	S/. 98,542.06	S/. 98,630.71	S/. 98,721.12
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>S/. 85,095.07</b>	<b>S/. 110,835.31</b>	<b>S/. 133,752.92</b>	<b>S/. 81,073.33</b>	<b>S/. 141,674.77</b>
<b>Otros ingresos y egresos</b>	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
Gastos financieros	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>S/. 85,095.07</b>	<b>S/. 110,835.31</b>	<b>S/. 133,752.92</b>	<b>S/. 81,073.33</b>	<b>S/. 141,674.77</b>
Impuestos a la renta*	S/. 12,525.55	S/. 20,118.92	S/. 26,879.61	S/. 11,339.13	S/. 29,216.56
<b>Utilidad neta</b>	<b>S/. 72,569.53</b>	<b>S/. 90,716.40</b>	<b>S/. 106,873.31</b>	<b>S/. 69,734.20</b>	<b>S/. 112,458.21</b>

\*Cálculo impuesto a la renta, véase anexo 3.

**Fuente:** Elaboración propia

## 5.4. Presupuesto de ingresos

Para determinar el presupuesto de ingresos de Yuracmayo Lodge S.R.L se debe partir de los precios de venta mostrados en el estudio de mercado, para cada tipo de habitación. Luego, se proyectan los precios antes mencionados, tomando como tasa de crecimiento anual base a la inflación aproximada en el país para este año, la cual fue de 2% (véase las Tabla 93).

**Tabla 93**

*Precio de ventas proyectadas de Yuracmayo Lodge S.R.L*

Tipo de habitación	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5						
	S/.	\$	S/.	\$	S/.	\$	S/.	\$	S/.	\$					
Habitación simple	S/.	130	\$37	S/.	132	\$38	S/.	135	\$38	S/.	137	\$39	S/.	140	\$40
Habitación doble	S/.	196	\$56	S/.	200	\$57	S/.	204	\$58	S/.	208	\$59	S/.	212	\$61
Habitación triple	S/.	291	\$83	S/.	296	\$85	S/.	302	\$86	S/.	308	\$88	S/.	314	\$90
Habitación matrimonial	S/.	224	\$64	S/.	228	\$65	S/.	233	\$67	S/.	238	\$68	S/.	242	\$69

**Fuente:** Elaboración propia

Luego, se considera el número de pernотaciones anuales que la empresa cubrirá (véase Tabla 94), y se distribuye para cada tipo de habitación, tomando en cuenta el porcentaje de preferencia (véase Tabla 95) de los turistas sobre el tipo de habitación.

**Tabla 94***Cantidad de pernoctaciones cubiertas (Proyección a 5 años)*

<b>Mes</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Enero	112	119	127	105	109
Febrero	112	119	127	105	109
Marzo	112	119	127	105	109
Abril	115	122	130	108	112
Mayo	115	122	130	108	112
Junio	118	125	133	111	115
Julio	118	125	133	111	115
Agosto	118	125	133	111	115
Septiembre	115	122	130	108	112
Octubre	115	122	130	108	112
Noviembre	115	122	130	108	112
Diciembre	115	122	130	108	112
<b>Total</b>	<b>1,375</b>	<b>1,467</b>	<b>1,558</b>	<b>1,291</b>	<b>1,349</b>

**Fuente:** Elaboración propia**Tabla 95***Porcentaje preferencia de habitaciones*

<b>Preferencias %</b>	
Habitación simple	25%
Habitación doble	30%
Habitación triple	30%
Habitación matrimonial	15%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia

La cantidad de pernотaciones distribuida, junto a los precios de venta presentados, darán como resultado los ingresos anuales por el servicio de alojamiento para cada tipo de habitación, tal como se observa en las Tablas 96,97, 98 y 99.

**Tabla 96**

*Ingresos anuales proyectados (Habitación simple)*

Mes	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Enero	S/.	3,613.19	S/.	3,937.14	S/.	4,272.60	S/.	3,593.48	S/.	3,834.51
Febrero	S/.	3,613.19	S/.	3,937.14	S/.	4,272.60	S/.	3,593.48	S/.	3,834.51
Marzo	S/.	3,613.19	S/.	3,937.14	S/.	4,272.60	S/.	3,593.48	S/.	3,834.51
Abril	S/.	3,710.32	S/.	4,036.21	S/.	4,373.65	S/.	3,696.55	S/.	3,939.64
Mayo	S/.	3,710.32	S/.	4,036.21	S/.	4,373.65	S/.	3,696.55	S/.	3,939.64
Junio	S/.	3,807.44	S/.	4,135.28	S/.	4,474.70	S/.	3,799.62	S/.	4,044.77
Julio	S/.	3,807.44	S/.	4,135.28	S/.	4,474.70	S/.	3,799.62	S/.	4,044.77
Agosto	S/.	3,807.44	S/.	4,135.28	S/.	4,474.70	S/.	3,799.62	S/.	4,044.77
Septiembre	S/.	3,710.32	S/.	4,036.21	S/.	4,373.65	S/.	3,696.55	S/.	3,939.64
Octubre	S/.	3,710.32	S/.	4,036.21	S/.	4,373.65	S/.	3,696.55	S/.	3,939.64
Noviembre	S/.	3,710.32	S/.	4,036.21	S/.	4,373.65	S/.	3,696.55	S/.	3,939.64
Diciembre	S/.	3,710.32	S/.	4,036.21	S/.	4,373.65	S/.	3,696.55	S/.	3,939.64
<b>Total</b>	<b>S/.</b>	<b>44,523.83</b>	<b>S/.</b>	<b>48,434.50</b>	<b>S/.</b>	<b>52,483.79</b>	<b>S/.</b>	<b>44,358.63</b>	<b>S/.</b>	<b>47,275.72</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 97***Ingresos anuales proyectados (Habitación doble)*

Mes	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Enero	S/.	6,562.34	S/.	7,150.70	S/.	6,466.64	S/.	6,526.54	S/.	6,964.30
Febrero	S/.	5,468.62	S/.	7,150.70	S/.	7,759.97	S/.	6,526.54	S/.	6,964.30
Marzo	S/.	6,562.34	S/.	7,150.70	S/.	7,759.97	S/.	6,526.54	S/.	6,964.30
Abril	S/.	6,738.74	S/.	7,330.63	S/.	7,943.49	S/.	6,713.74	S/.	7,155.24
Mayo	S/.	6,738.74	S/.	7,330.63	S/.	7,943.49	S/.	6,713.74	S/.	7,155.24
Junio	S/.	6,915.14	S/.	7,510.55	S/.	8,127.02	S/.	6,900.94	S/.	7,346.19
Julio	S/.	6,915.14	S/.	7,510.55	S/.	8,127.02	S/.	6,900.94	S/.	7,346.19
Agosto	S/.	6,915.14	S/.	7,510.55	S/.	8,127.02	S/.	6,900.94	S/.	7,346.19
Septiembre	S/.	6,738.74	S/.	7,330.63	S/.	7,943.49	S/.	6,713.74	S/.	7,155.24
Octubre	S/.	6,738.74	S/.	7,330.63	S/.	7,943.49	S/.	6,713.74	S/.	7,155.24
Noviembre	S/.	6,738.74	S/.	7,330.63	S/.	6,619.58	S/.	5,594.78	S/.	7,155.24
Diciembre	S/.	6,738.74	S/.	7,330.63	S/.	7,943.49	S/.	6,713.74	S/.	7,155.24
<b>Total</b>	<b>S/.</b>	<b>79,771.17</b>	<b>S/.</b>	<b>87,967.52</b>	<b>S/.</b>	<b>92,704.67</b>	<b>S/.</b>	<b>79,445.90</b>	<b>S/.</b>	<b>85,862.93</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 98***Ingresos anuales proyectados (Habitación triple)*

<b>Mes</b>	<b>Año 1</b>		<b>Año 2</b>		<b>Año 3</b>		<b>Año 4</b>		<b>Año 5</b>	
Enero	S/.	9,726.33	S/.	10,598.36	S/.	11,501.38	S/.	9,673.27	S/.	10,322.09
Febrero	S/.	9,726.33	S/.	10,598.36	S/.	11,501.38	S/.	9,673.27	S/.	10,322.09
Marzo	S/.	9,726.33	S/.	10,598.36	S/.	11,501.38	S/.	9,673.27	S/.	10,322.09
Abril	S/.	9,987.78	S/.	10,865.04	S/.	11,773.39	S/.	9,950.72	S/.	10,605.09
Mayo	S/.	9,987.78	S/.	10,865.04	S/.	11,773.39	S/.	9,950.72	S/.	10,605.09
Junio	S/.	10,249.23	S/.	11,131.72	S/.	12,045.40	S/.	10,228.17	S/.	10,888.10
Julio	S/.	10,249.23	S/.	11,131.72	S/.	12,045.40	S/.	10,228.17	S/.	10,888.10
Agosto	S/.	10,249.23	S/.	11,131.72	S/.	12,045.40	S/.	10,228.17	S/.	10,888.10
Septiembre	S/.	9,987.78	S/.	10,865.04	S/.	11,773.39	S/.	9,950.72	S/.	10,605.09
Octubre	S/.	9,987.78	S/.	10,865.04	S/.	11,773.39	S/.	9,950.72	S/.	10,605.09
Noviembre	S/.	9,987.78	S/.	10,865.04	S/.	11,773.39	S/.	9,950.72	S/.	10,605.09
Diciembre	S/.	9,987.78	S/.	10,865.04	S/.	11,773.39	S/.	9,950.72	S/.	10,605.09
<b>Total</b>	<b>S/.</b>	<b>119,853.33</b>	<b>S/.</b>	<b>130,380.43</b>	<b>S/.</b>	<b>141,280.69</b>	<b>S/.</b>	<b>119,408.63</b>	<b>S/.</b>	<b>127,261.13</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 99***Ingresos anuales proyectados (Habitación matrimonial)*

<b>Mes</b>		<b>Año 1</b>		<b>Año 2</b>		<b>Año 3</b>		<b>Año 4</b>		<b>Año 5</b>
Enero	S/.	3,749.91	S/.	4,086.11	S/.	4,434.27	S/.	3,729.45	S/.	3,979.60
Febrero	S/.	3,749.91	S/.	4,086.11	S/.	4,434.27	S/.	3,729.45	S/.	3,979.60
Marzo	S/.	3,749.91	S/.	4,086.11	S/.	4,434.27	S/.	3,729.45	S/.	3,979.60
Abril	S/.	3,850.71	S/.	4,188.93	S/.	4,539.14	S/.	3,836.42	S/.	4,088.71
Mayo	S/.	3,850.71	S/.	4,188.93	S/.	4,539.14	S/.	3,836.42	S/.	4,088.71
Junio	S/.	3,951.51	S/.	4,291.75	S/.	4,644.01	S/.	3,943.39	S/.	4,197.82
Julio	S/.	3,951.51	S/.	4,291.75	S/.	4,644.01	S/.	3,943.39	S/.	4,197.82
Agosto	S/.	3,951.51	S/.	4,291.75	S/.	4,644.01	S/.	3,943.39	S/.	4,197.82
Septiembre	S/.	3,850.71	S/.	4,188.93	S/.	4,539.14	S/.	3,836.42	S/.	4,088.71
Octubre	S/.	3,850.71	S/.	4,188.93	S/.	4,539.14	S/.	3,836.42	S/.	4,088.71
Noviembre	S/.	3,850.71	S/.	4,188.93	S/.	4,539.14	S/.	3,836.42	S/.	4,088.71
Diciembre	S/.	3,850.71	S/.	4,188.93	S/.	4,539.14	S/.	3,836.42	S/.	4,088.71
<b>Total</b>	<b>S/.</b>	<b>46,208.51</b>	<b>S/.</b>	<b>50,267.16</b>	<b>S/.</b>	<b>54,469.66</b>	<b>S/.</b>	<b>46,037.06</b>	<b>S/.</b>	<b>49,064.53</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 100***Presupuesto de ingreso proyectado de Yuracmayo Lodge S.R.L*

<b>Tipo de habitación</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Habitación simple	S/. 44,523.83	S/. 48,434.50	S/. 52,483.79	S/. 44,358.63	S/. 47,275.72
Habitación doble	S/. 79,771.17	S/. 87,967.52	S/. 92,704.67	S/. 79,445.90	S/.127,261.13
Habitación triple	S/119,853.33	S/.130,380.43	S/.141,280.69	S/.119,408.63	S/.127,261.13
Habitación matrimonial	S/. 46,208.51	S/. 50,267.16	S/. 54,469.66	S/. 46,037.06	S/. 49,064.53
<b>Total</b>	<b>S/.290,356.83</b>	<b>S/.317,049.61</b>	<b>S/.340,938.80</b>	<b>S/.289,250.23</b>	<b>S/.350,862.51</b>

**Fuente:** Elaboración propia

Finalmente, la suma de las fuentes de ingreso antes mencionadas, darán como resultado el ingreso total que percibirá la empresa, para los cinco primeros años del proyecto (véase Tabla 100).

## 5.5. Presupuesto de egresos

Se presentará entre las Tablas 101 a la 108, un presupuesto de egresos proyectado para los primeros 5 años del proyecto, a partir de su capital de trabajo.

**Tabla 101**

*Gastos indirectos anuales*

Concepto	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Servicio Eléctrico	S/.	-								
Servicio de Agua Potable	S/.	-								
Plan de internet fijo	S/.	840.00	S/.	856.80	S/.	873.94	S/.	891.41	S/.	909.24
Artículos de oficina	S/.	540.00	S/.	550.80	S/.	561.82	S/.	573.05	S/.	584.51
Gasolina y mantenimiento	S/.	6,600.00	S/.	6,732.00	S/.	6,866.64	S/.	7,003.97	S/.	7,144.05
Abastecimiento de Gas 45kg	S/.	1,776.00	S/.	1,811.52	S/.	1,847.75	S/.	1,884.71	S/.	1,922.40
Servicio de delivery de insumos	S/.	600.00	S/.	612.00	S/.	624.24	S/.	636.72	S/.	649.46
<b>Total</b>	<b>S/.</b>	<b>10,356.00</b>	<b>S/.</b>	<b>10,563.12</b>	<b>S/.</b>	<b>10,774.38</b>	<b>S/.</b>	<b>10,989.87</b>	<b>S/.</b>	<b>11,209.67</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 102**

*Gastos de seguridad anuales*

Concepto	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Servicio de recarga de extintores	S/.	350.00	S/.	357.00	S/.	364.14	S/.	371.42	S/.	378.85
<b>Total</b>	<b>S/.</b>	<b>350.00</b>	<b>S/.</b>	<b>357.00</b>	<b>S/.</b>	<b>364.14</b>	<b>S/.</b>	<b>371.42</b>	<b>S/.</b>	<b>378.85</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 103***Gastos de insumos anuales*

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>		<b>Año 2</b>		<b>Año 3</b>		<b>Año 4</b>		<b>Año 5</b>	
Desinfectante 3.8 L	S/.	132.00	S/.	134.64	S/.	137.33	S/.	140.08	S/.	142.88
Lejía x 4 L	S/.	192.00	S/.	195.84	S/.	199.76	S/.	203.75	S/.	207.83
Ambientador x 432 ml	S/.	108.00	S/.	110.16	S/.	112.36	S/.	114.61	S/.	116.90
Cera Líquida x 1 L	S/.	216.00	S/.	220.32	S/.	224.73	S/.	229.22	S/.	233.81
Bolsa de basura 35 L	S/.	120.00	S/.	122.40	S/.	124.85	S/.	127.34	S/.	129.89
Bolsa para tacho x 10	S/.	324.00	S/.	330.48	S/.	337.09	S/.	343.83	S/.	350.71
Limpia muebles x 220 ml	S/.	108.00	S/.	110.16	S/.	112.36	S/.	114.61	S/.	116.90
Limpia vidrios x 650 ml	S/.	108.00	S/.	110.16	S/.	112.36	S/.	114.61	S/.	116.90
Saca grasas x 500 ml	S/.	192.00	S/.	195.84	S/.	199.76	S/.	203.75	S/.	207.83
Lavavajilla Líquido x 900 ml	S/.	270.00	S/.	275.40	S/.	280.91	S/.	286.53	S/.	292.26
Paños Multiuso x 40 unidades	S/.	96.00	S/.	97.92	S/.	99.88	S/.	101.88	S/.	103.91
Guantes de Jebe	S/.	84.00	S/.	85.68	S/.	87.39	S/.	89.14	S/.	90.92
Escoba	S/.	96.00	S/.	97.92	S/.	99.88	S/.	101.88	S/.	103.91
Escoba para baño	S/.	84.00	S/.	85.68	S/.	87.39	S/.	89.14	S/.	90.92
Trapeador	S/.	84.00	S/.	85.68	S/.	87.39	S/.	89.14	S/.	90.92
Recogedor	S/.	120.00	S/.	122.40	S/.	124.85	S/.	127.34	S/.	129.89
Desatorador	S/.	78.00	S/.	79.56	S/.	81.15	S/.	82.77	S/.	84.43
Alcohol en gel x 2 L	S/.	594.00	S/.	605.88	S/.	618.00	S/.	630.36	S/.	642.96
Papel higiénico X 24	S/.	792.00	S/.	807.84	S/.	824.00	S/.	840.48	S/.	857.29
Papel toalla x 6	S/.	14.00	S/.	14.28	S/.	14.57	S/.	14.86	S/.	15.15
Detergente x 4.5kg	S/.	43.00	S/.	43.86	S/.	44.74	S/.	45.63	S/.	46.54
Suavizante x 5L	S/.	31.00	S/.	31.62	S/.	32.25	S/.	32.90	S/.	33.56
Panqueque andino	S/.	360.00	S/.	367.20	S/.	374.54	S/.	382.03	S/.	389.68
Carne	S/.	1,800.00	S/.	1,836.00	S/.	1,872.72	S/.	1,910.17	S/.	1,948.38

Tomate	S/.	180.00	S/.	183.60	S/.	187.27	S/.	191.02	S/.	194.84
Perejil	S/.	60.00	S/.	61.20	S/.	62.42	S/.	63.67	S/.	64.95
Cebolla	S/.	108.00	S/.	110.16	S/.	112.36	S/.	114.61	S/.	116.90
Leche fresca	S/.	240.00	S/.	244.80	S/.	249.70	S/.	254.69	S/.	259.78
Café	S/.	432.00	S/.	440.64	S/.	449.45	S/.	458.44	S/.	467.61
Te	S/.	96.00	S/.	97.92	S/.	99.88	S/.	101.88	S/.	103.91
Carne	S/.	1,500.00	S/.	1,530.00	S/.	1,560.60	S/.	1,591.81	S/.	1,623.65
Zanahoria	S/.	90.00	S/.	91.80	S/.	93.64	S/.	95.51	S/.	97.42
Choclo	S/.	216.00	S/.	220.32	S/.	224.73	S/.	229.22	S/.	233.81
Vainitas	S/.	312.00	S/.	318.24	S/.	324.60	S/.	331.10	S/.	337.72
Papa	S/.	336.00	S/.	342.72	S/.	349.57	S/.	356.57	S/.	363.70
Fideo	S/.	180.00	S/.	183.60	S/.	187.27	S/.	191.02	S/.	194.84
Albahaca	S/.	72.00	S/.	73.44	S/.	74.91	S/.	76.41	S/.	77.94
Queso	S/.	240.00	S/.	244.80	S/.	249.70	S/.	254.69	S/.	259.78
Huevo	S/.	360.00	S/.	367.20	S/.	374.54	S/.	382.03	S/.	389.68
Trucha	S/.	1,440.00	S/.	1,468.80	S/.	1,498.18	S/.	1,528.14	S/.	1,558.70
Cebolla	S/.	64.80	S/.	66.10	S/.	67.42	S/.	68.77	S/.	70.14
Apio	S/.	72.00	S/.	73.44	S/.	74.91	S/.	76.41	S/.	77.94
Ajos	S/.	336.00	S/.	342.72	S/.	349.57	S/.	356.57	S/.	363.70
Papa	S/.	294.00	S/.	299.88	S/.	305.88	S/.	312.00	S/.	318.24
Lechuga	S/.	180.00	S/.	183.60	S/.	187.27	S/.	191.02	S/.	194.84
Choclo	S/.	216.00	S/.	220.32	S/.	224.73	S/.	229.22	S/.	233.81
Palta	S/.	288.00	S/.	293.76	S/.	299.64	S/.	305.63	S/.	311.74
Carne	S/.	1,500.00	S/.	1,530.00	S/.	1,560.60	S/.	1,591.81	S/.	1,623.65
Pollo	S/.	540.00	S/.	550.80	S/.	561.82	S/.	573.05	S/.	584.51
Cordero	S/.	720.00	S/.	734.40	S/.	749.09	S/.	764.07	S/.	779.35
Habas	S/.	120.00	S/.	122.40	S/.	124.85	S/.	127.34	S/.	129.89

Camote	S/.	96.00	S/.	97.92	S/.	99.88	S/.	101.88	S/.	103.91
Papa	S/.	378.00	S/.	385.56	S/.	393.27	S/.	401.14	S/.	409.16
Choclo	S/.	216.00	S/.	220.32	S/.	224.73	S/.	229.22	S/.	233.81
Chicha de jora	S/.	1,152.00	S/.	1,175.04	S/.	1,198.54	S/.	1,222.51	S/.	1,246.96
Cerveza	S/.	1,680.00	S/.	1,713.60	S/.	1,747.87	S/.	1,782.83	S/.	1,818.49
Sal	S/.	36.00	S/.	36.72	S/.	37.45	S/.	38.20	S/.	38.97
Azúcar	S/.	216.00	S/.	220.32	S/.	224.73	S/.	229.22	S/.	233.81
Pimienta	S/.	90.00	S/.	91.80	S/.	93.64	S/.	95.51	S/.	97.42
Aceite	S/.	288.00	S/.	293.76	S/.	299.64	S/.	305.63	S/.	311.74
Aceite de Oliva	S/.	432.00	S/.	440.64	S/.	449.45	S/.	458.44	S/.	467.61
Vinagre	S/.	312.00	S/.	318.24	S/.	324.60	S/.	331.10	S/.	337.72
Limón	S/.	180.00	S/.	183.60	S/.	187.27	S/.	191.02	S/.	194.84
Alcohol etílico x 12ml	S/.	270.00	S/.	275.40	S/.	280.91	S/.	286.53	S/.	292.26
Algodón x 500 gr	S/.	480.00	S/.	489.60	S/.	499.39	S/.	509.38	S/.	519.57
Suero x 1L	S/.	1,500.00	S/.	1,530.00	S/.	1,560.60	S/.	1,591.81	S/.	1,623.65
Gasa X 5 unid.	S/.	240.00	S/.	244.80	S/.	249.70	S/.	254.69	S/.	259.78
Agua oxigenada 1 L	S/.	168.00	S/.	171.36	S/.	174.79	S/.	178.28	S/.	181.85
Antibióticos	S/.	168.00	S/.	171.36	S/.	174.79	S/.	178.28	S/.	181.85
Antiinflamatorio	S/.	360.00	S/.	367.20	S/.	374.54	S/.	382.03	S/.	389.68
Antialérgico	S/.	840.00	S/.	856.80	S/.	873.94	S/.	891.41	S/.	909.24
Antigripal	S/.	288.00	S/.	293.76	S/.	299.64	S/.	305.63	S/.	311.74
Pastillas para mal de altura	S/.	552.00	S/.	563.04	S/.	574.30	S/.	585.79	S/.	597.50
Guantes Quirúrgicos x 50 unid.	S/.	720.00	S/.	734.40	S/.	749.09	S/.	764.07	S/.	779.35
Tapaboca x 50 unid.	S/.	5,760.00	S/.	5,875.20	S/.	5,992.70	S/.	6,112.56	S/.	6,234.81
<b>Total</b>	<b>S/.</b>	<b>32,660.80</b>	<b>S/.</b>	<b>33,314.02</b>	<b>S/.</b>	<b>33,980.30</b>	<b>S/.</b>	<b>34,659.90</b>	<b>S/.</b>	<b>35,353.10</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 104***Gastos administrativos anuales*

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gerente General	S/. 20,180.00				
Auxiliar 1	S/. 17,055.00				
Auxiliar 2	S/. 17,055.00				
Recepcionista	S/. 13,305.00				
Guía Turístico	S/. 13,305.00				
<b>Total</b>	<b>S/. 80,900.00</b>				

**Fuente:** Elaboración propia**Tabla 105***Gastos mano de obra anuales*

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Conductor	S/. 13,305.00				
Housekeeper	S/. 11,805.00				
Chef	S/. 13,305.00				
Mozo	S/. 11,805.00				
Enfermera	S/. 13,305.00				
<b>Total</b>	<b>S/. 63,525.00</b>				

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 106***Gastos de publicidad anuales*

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Servicio de Google Ads	S/. 3,000.00	S/. 3,060.00	S/. 3,121.20	S/. 3,183.62	S/. 3,247.30
Servicio publicitario de Facebook Ads	S/. 1,260.00	S/. 1,285.20	S/. 1,310.90	S/. 1,337.12	S/. 1,363.86
<b>Total</b>	<b>S/. 4,260.00</b>	<b>S/. 4,345.20</b>	<b>S/. 4,432.10</b>	<b>S/. 4,520.75</b>	<b>S/. 4,611.16</b>

**Fuente:** Elaboración propia**Tabla 107***Depreciación anual*

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Monto Total</b>
Maquinarias y Equipos	S/. 3,186.00	S/.15,930.00				
Muebles y Enseres	S/. 6,461.60	S/.32,308.00				
Vehículos	S/. 2,820.00	S/.14,100.00				
<b>Total</b>	<b>S/. 12,467.60</b>	<b>S/ 62,338.00</b>				

**Fuente:** Elaboración propia**Tabla 108***Amortización anual*

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Monto Total</b>
Licencia y Certificaciones	S/. 496.36	S/. 2,481.80				
Servicios publicitarios antes de apertura	S/. 181.00	S/. 905.00				
Instalación de servicios	S/. 65.00	S/. 130.00				
<b>Total</b>	<b>S/. 742.36</b>	<b>S/. 3,516.80</b>				

**Fuente:** Elaboración propia

Finalmente, con todos los datos expuestos, se podrá obtener la Tabla 109, que representa el total de egresos que la empresa Yuracmayo Lodge S.R.L tendrá para los primeros 5 años del proyecto.

**Tabla 109**

*Presupuesto de egresos proyectados de Yuracmayo Lodge S.R.L*

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Costo de Insumos	S/. 32,660.80	S/. 33,314.02	S/. 33,980.30	S/. 34,659.90	S/. 35,353.10
Gastos de seguridad	S/. 350.00	S/. 357.00	S/. 364.14	S/. 371.42	S/. 378.85
Gastos indirectos	S/. 10,356.00	S/. 10,563.12	S/. 10,774.38	S/. 10,989.87	S/. 11,209.67
Gastos administrativos	S/. 80,900.00	S/. 80,900.00	S/. 80,900.00	S/. 80,900.00	S/. 80,900.00
Gastos de mano de obra	S/. 63,525.00	S/. 63,525.00	S/. 63,525.00	S/. 63,525.00	S/. 63,525.00
Gastos de publicidad	S/. 4,260.00	S/. 4,345.20	S/. 4,432.10	S/. 4,520.75	S/. 4,611.16
Depreciación	S/. 12,467.60	S/. 12,467.60	S/. 12,467.60	S/. 12,467.60	S/. 12,467.60
Amortización	S/. 742.36	S/. 742.36	S/. 742.36	S/. 742.36	S/. 742.36
<b>Total</b>	<b>S/.205,261.76</b>	<b>S/. 206,214.30</b>	<b>S/.207,185.88</b>	<b>S/. 208,176.90</b>	<b>S/. 209,187.74</b>

**Fuente:** Elaboración propia

## 5.6. Flujo de caja proyectado

**Tabla 110**

*Flujo de caja de Yuracmayo Lodge S.R.L*

Concepto	Año base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5						
<b>Ingresos</b>												
Ventas al contado	S/.	- S/.	290,356.83	S/.	317,049.61	S/.	340,938.80	S/.	289,250.23	S/.	350,862.51	
Ventas al crédito	S/.	- S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-	
<b>Total Ingresos</b>	<b>S/.</b>	<b>- S/.</b>	<b>290,356.83</b>	<b>S/.</b>	<b>317,049.61</b>	<b>S/.</b>	<b>340,938.80</b>	<b>S/.</b>	<b>289,250.23</b>	<b>S/.</b>	<b>350,862.51</b>	
<b>Egresos</b>												
<b>Costos de producción</b>	<b>S/.</b>	<b>- S/.</b>	<b>106,891.80</b>	<b>S/.</b>	<b>107,759.14</b>	<b>S/.</b>	<b>108,643.82</b>	<b>S/.</b>	<b>109,546.20</b>	<b>S/.</b>	<b>110,466.62</b>	
Materia prima	S/.	- S/.	32,660.80	S/.	33,314.02	S/.	33,980.30	S/.	34,659.90	S/.	35,353.10	
Mano de obra	S/.	- S/.	63,525.00	S/.	63,525.00	S/.	63,525.00	S/.	63,525.00	S/.	63,525.00	
Costos indirectos de fabricación	S/.	- S/.	10,706.00	S/.	10,920.12	S/.	11,138.52	S/.	11,361.29	S/.	11,588.52	
<b>Gastos de operación</b>	<b>S/.</b>	<b>- S/.</b>	<b>85,160.00</b>	<b>S/.</b>	<b>85,245.20</b>	<b>S/.</b>	<b>85,332.10</b>	<b>S/.</b>	<b>85,420.75</b>	<b>S/.</b>	<b>85,511.16</b>	
Gastos de administración	S/.	- S/.	85,160.00	S/.	85,245.20	S/.	85,332.10	S/.	85,420.75	S/.	85,511.16	
<b>Pago de impuestos</b>	<b>S/.</b>	<b>-</b>										
Pago de IGV*	S/.	- S/.	23,846.29	S/.	40,953.09	S/.	44,449.00	S/.	36,413.13	S/.	45,657.42	
Impuesto a la renta	S/.	- S/.	12,525.55	S/.	20,118.92	S/.	26,879.61	S/.	11,339.13	S/.	29,216.56	
<b>Total Egresos</b>	<b>S/.</b>	<b>- S/.</b>	<b>228,423.64</b>	<b>S/.</b>	<b>254,076.35</b>	<b>S/.</b>	<b>265,304.53</b>	<b>S/.</b>	<b>242,719.20</b>	<b>S/.</b>	<b>270,851.75</b>	
<b>Capital</b>												
Inversión en activo tangible	S/.	-66,083.00	S/.	-								
Inversión en activo intangible	S/.	-3,516.80	S/.	-								
Capital de trabajo	S/.	-16,804.53	S/.	-								
<b>Flujo económico</b>	<b>S/.</b>	<b>-86,404.33</b>	<b>S/.</b>	<b>61,933.19</b>	<b>S/.</b>	<b>62,973.26</b>	<b>S/.</b>	<b>75,634.27</b>	<b>S/.</b>	<b>46,531.03</b>	<b>S/.</b>	<b>80,010.76</b>

\*Cálculo de IGV (véase anexo 4)

**Fuente:** Elaboración propia

## 5.7. Balance General

El balance general de Yuracmayo Lodge S.R.L. estará constituido por el activo (corriente y no corriente) y el patrimonio (capital social). Como se puede visualizar en la Tabla 111, no se contará con pasivo, puesto que la empresa no solicitará préstamos bancarios.

**Tabla 111**

*Balance General de Yuracmayo Lodge S.R.L.*

ACTIVO			PASIVO		
ACTIVO CORRIENTE			PASIVO CORRIENTE		
Caja y bancos	S/.	16,804.53	Préstamo bancario	S/.	-
<b>Total activo corriente</b>	<b>S/.</b>	<b>16,804.53</b>	<b>Total pasivo</b>	<b>S/.</b>	<b>-</b>
ACTIVO NO CORRIENTE			PATRIMONIO		
Terrenos	S/.	3,745.00	Capital Social	S/.	86,404.33
Maquinaria y equipo	S/.	15,930.00	<b>Total Patrimonio</b>	<b>S/.</b>	<b>86,404.33</b>
Muebles y enseres	S/.	32,308.00			
Vehículos	S/.	14,100.00			
Activos Intangibles	S/.	3,516.80			
<b>Total activo no corriente</b>	<b>S/.</b>	<b>69,599.80</b>			
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>S/.</b>	<b>86,404.33</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>S/.</b>	<b>86,404.33</b>

**Fuente:** Elaboración propia

## CAPÍTULO VI: EVALUACIÓN

### 6.1. Evaluación económica, parámetros de medición

Se pretende demostrar; mediante el cálculo e interpretación de parámetros de medición como el COK, VANE, TIRE, la relación B/C, el periodo de recuperación y análisis de sensibilidad, si el proyecto es rentable.

#### a) COK

**Tabla 112**

*Costo de capital propio COK*

<b>COK</b>	<b>Rf+ <math>\beta</math>*(Rm-Rf)+RP</b>	<b>14.45%</b>
<b>Rf</b>	<sup>1</sup> Tasa libre de riesgo	<b>2.42%</b>
<b><math>\beta</math></b>	<sup>2</sup> Beta del Sector (hoteles y casinos)	<b>0.91%</b>
<b>Rm</b>	<sup>3</sup> Prima por riesgo de mercado	<b>14.02%</b>
<b>RP</b>	<sup>4</sup> Prima por riesgo país	<b>1.47%</b>

Nota: La variables forman parte de la fórmula del COK

**Fuente:**

<sup>1</sup>BCRP. (s.f.). Bonos del tesoro EE. UU. - 10 años (%). Recuperado de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/diarias/resultados/PD04719XD/html/2010-06-30/2020-06-30/>

<sup>2</sup>Damoradan online.(s.f).Betas by sector. [Betas por sector]. Recuperado de [http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New\\_Home\\_Page/datafile/Betas.html](http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html)

<sup>3</sup>Yahoo Finance. Historial de rendimiento de SPDR S&P 500 (SPY). Recuperado de <https://es.finance.yahoo.com/quote/SPY/performance>

<sup>4</sup>Diario Gestión. (14 de julio de 2020). Riesgo país de Perú subió dos puntos básicos y cerro en 1.47 puntos porcentuales. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/riesgo-pais-de-peru-subio-dos-puntos-basicos-y-cerro-en-147-puntos-porcentuales-noticia/>

Por lo tanto, usando la fórmula “ $COK = R_f + \beta \times (R_m - R_f) + RP$ ”, se pudo hallar el COK, bajo el modelo CAPM (Modelo de valoración de activos financieros).

De tal modo, reemplazando los datos de la tabla en la fórmula, se obtiene un COK de 14.45% (véase Tabla 112), lo que significa que la rentabilidad mínima anual que exigirán los inversionistas para el presente proyecto será de 14.45%.

## b) VANE

**Tabla 113**

*Valor actual Neto Económico*

Años	Flujo de caja económico	FSA	VAN
0	S/ -86,404.33		
1	S/.61,933.19	0.8738	S/. 54,115.65
2	S/.62,973.26	0.7635	S/. 48,078.95
3	S/.75,634.27	0.6671	S/. 50,456.46
4	S/.46,531.03	0.5829	S/. 27,123.15
5	S/.80,010.76	0.5093	S/. 40,751.66
			<b>S/. 220,525.87</b>

**VANE** 134,121.53

Nota: El término FSA significa factor simple de actualización.

**Fuente:** Elaboración propia

El VANE o Valor Actual Neto Económico se calculó a partir del flujo de caja económico y el COK. La diferencia del valor de la inversión total y la sumatoria de los beneficios netos actualizados (BNA) dan como resultado un VANE de S/. 134,121.53 (véase Tabla 113). Dado que este monto es mayor a cero, significa que el proyecto recuperará lo invertido y además esperará dicha ganancia.

### c) TIRE

La TIRE o Tasa interna de Rendimiento puede definirse como la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero. La TIRE para el presente plan de negocio será de 69% y siendo mayor que el COK, se traduce en un proyecto rentable.

### d) Relación B/C

**Tabla 114**

*Ingresos netos actualizados*

Años	Ingresos	FSA	Ingresos netos actualizados
0			
1	S/. 290,356.83	0.8738	S/. 253,706.41
2	S/. 317,049.61	0.7635	S/. 242,061.65
3	S/. 340,938.80	0.6671	S/. 227,444.05
4	S/. 289,250.23	0.5829	S/. 168,605.31
5	S/. 350,862.51	0.5093	S/. 178,703.84
	<b>Total</b>		<b>S/1,070,521.25</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 115**  
*Egresos netos actualizados*

<b>Años</b>	<b>Costos</b>	<b>FSA</b>	<b>Costos netos actualizados</b>
0			
1	S/.228,423.64	0.8738	S/.199,590.76
2	S/.254,076.35	0.7635	S/.193,982.70
3	S/.265,304.53	0.6671	S/.176,987.59
4	S/.242,719.20	0.5829	S/.141,482.15
5	S/.270,851.75	0.5093	S/.137,952.18
	<b>Total</b>		<b>S/.849,995.38</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 116**  
*Valor Presente Neto*

<b>Años</b>	<b>Beneficios netos (Ingresos - Costos)</b>	<b>FSA</b>	<b>Beneficios netos actualizados</b>
0	-86,404.33		
1	S/.61,933.19	0.8738	S/. 54,115.65
2	S/.62,973.26	0.7635	S/. 48,078.95
3	S/.75,634.27	0.6671	S/. 50,456.46
4	S/.46,531.03	0.5829	S/. 27,123.15
5	S/.80,010.76	0.5093	S/. 40,751.66
	<b>Total</b>		<b>S/.220,525.87</b>

**VPN** S/.306,930.20

**Fuente:** Elaboración propia

La relación beneficio – costo (B/C) se determinó actualizando a valor presente los ingresos y egresos netos anuales (véase las Tabla 114 y 115), para poder aplicarlos en la fórmula de la Figura 31.

<b>B/C</b>	=	$\frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Costos actualizados}}$	+	$\frac{\text{V. recuperación actualizado}}{\text{Inversión inicial}}$
<b>B/C</b>	=	$\frac{\text{S/. } 1,070,521.25}{\text{S/. } 849,995.38}$	+	$\frac{\text{S/. } -}{\text{S/. } 86,404.33}$
<b>B/C</b>	=	$\frac{\text{S/. } 1,070,521.25}{\text{S/. } 936,399.71}$		
<b>B/C</b>	=			1.14

**Figura 31.** Fórmula para hallar la relación beneficio/costo

Fuente: Elaboración propia

Es importante resaltar que no se considerará valor de recuperación, dado que al final de la vida útil de los activos tangibles, estos serán donados.

Por último, la relación B/C del proyecto será de 1.14, lo que quiere decir que, por cada sol invertido, se estará ganando 14 centavos de sol.

### e) Período de recuperación

Para este indicador, se requirió de los últimos datos de la Tabla 112, los cuales fueron acumulados en cada año. El valor se obtuvo con la suma del valor 1, más la división del flujo acumulado del primer año entre el FCE actualizado del año 2 (véase Tabla 117). El resultado de esta operación considera para el proyecto un período de recuperación de 1 año, 8 meses y 3 días.

**Tabla 117**

*Periodo de Recuperación*

Año	0	1	2	3	4	5
<b>FCE</b>						
<b>Actualizado</b>	S/.86,404.33	S/. 54,115.65	S/. 48,078.95	S/. 50,456.46	S/. 27,123.15	S/.40,751.66
<b>Flujo acumulado</b>	S/.86,404.33	S/. 32,288.69	S/. 15,790.26	S/. 66,246.72	S/. 93,369.88	

Fuente: Elaboración propia

### e) Análisis de sensibilidad

Se presentarán 2 análisis de sensibilidad unidimensional; cada uno con un escenario conservador (actual), uno optimista (con crecimiento del 15%), otro pesimista (con decrecimiento del 15%), y el último mostrando el supuesto en el que el VAN del proyecto sea 0, y en consecuencia no se generen ganancias ni pérdidas. Es importante considerar que, el aumento o disminución porcentual solo afecta a cada variable en su respectivo análisis, permaneciendo todo lo demás constante.

**Tabla 118**  
*Variación porcentual de la demanda de turistas*

	<b>VAN= 0</b>	<b>Pesimista</b>	<b>Base</b>	<b>Optimista</b>
	<b>-28.46%</b>	<b>-15%</b>	<b>0%</b>	<b>15%</b>
<b>VANE</b>	S/.	-	45, 412. 71	S/. 132,121.53
<b>TIRE</b>	14.45%	34%	69%	100%
<b>COK</b>	14.45%	14.45%	14.45%	14.45%
<b>B/C</b>	1.00	1.05	1.19	1.22
<b>PR</b>	5 años	2 años, 10meses y 24 días.	1 año, 8 meses y 3 días.	1 año y 29 días.

Como se puede observar en la Tabla 118, un aumento del 15% de la demanda de turistas, podría generar un VANE de S/. 222,830.36, una relación B/C de 1.22 y un período de recuperación de 1 año y 29 días; mientras que un descenso del 15%, un VANE S/. 45,412.71, una relación B/C de 1.05 y un período de recuperación de 2 año, 10 meses y 24 días.

Por lo tanto, se puede afirmar que la variación de la demanda del público objetivo no representa un factor sensible para la evaluación económica en diferentes supuestos; puesto que, como se pudo verificar en el estudio de la demanda, existe un crecimiento promedio anual de 4.5% y 8%, reforzado respectivamente por la tendencia de crecimiento del turismo receptivo e interno en el país

A pesar de ello, al ser un factor no controlable, una caída de la demanda requeriría de estrategias tales como el aumento del porcentaje de cobertura de la demanda insatisfecha, y/o promociones para elevar el número de pernoctaciones por turista.

**Tabla 119**

*Variación porcentual del precio de venta de los servicios*

	<b>VAN= 0</b>	<b>Pesimista</b>	<b>Base</b>	<b>Optimista</b>
	<b>-28.46%</b>	<b>-15%</b>	<b>0%</b>	<b>15%</b>
<b>VANE</b>	S/. -	S/. 45,408.89	S/. 134,121.53	S/. 222,834.18
<b>TIRE</b>	14.45%	34%	69%	100%
<b>COK</b>	14.45%	14.45%	14.45%	14.45%
<b>B/C</b>	1.00	1.05	1.14	1.22
<b>PR</b>	5 años	2 años. 10 meses y 24 días	1 año, 8 meses y 3 días	1 año, 1 mes y 27 días

Por otra parte, en la Tabla 119, un aumento del 15% del precio de venta de los cuatro tipos de habitación, podría generar un VANE de S/. 222,834.518, una relación B/C de 1.22 y un período de recuperación de 1 año, 1 mes y 27 días; mientras que un descenso del 15%, un VANE S/. 45,408.89, una relación B/C de 1.05 y un período de recuperación de 2 año, 10 meses y 24 días.

En consecuencia, se puede afirmar que la variación del precio de venta no representa un factor sensible para la evaluación económica en diferentes supuestos; puesto que a nivel económico se cuenta con una inflación controlada, y no hay forma de que por algún factor externo (como la competencia), se reduzca de manera global los precios del servicio de alojamiento.

Por último, al ser un factor controlable, una caída en el precio de venta requeriría de estrategias tales como una reducción en el presupuesto de costos, y/o un aumento del porcentaje de cobertura de la demanda insatisfecha.

## 6.2. Evaluación social

La actividad económica de Yuracmayo Lodge S.R.L. representará una influencia positiva para la sociedad, dado que:

- Cumplirá firmemente con las disposiciones del gobierno, respecto al ámbito legal y tributario, contribuyendo así con el crecimiento del país.
- Será fuente directa de empleo para todos los colaboradores que sean parte del alojamiento, quienes tendrán la oportunidad de gozar de un excelente clima laboral y los beneficios de ley correspondiente.
- Será fuente indirecta de empleo, toda vez que la empresa requiera de bienes y servicios de otros servicios.
- Brindará un servicio temporal que cubre una de las necesidades básicas del ser humano: la vivienda. Asimismo, ofrecerá un espacio de integración seguro y limpio, que salvaguardará el bienestar de cada huésped.
- Existirá una vinculación estrecha con la Comunidad Campesina, se puede ayudar a mantener y mejorar la infraestructura y servicios locales (carreteras, escuela, etc.); contribuyendo a mejorar el nivel de vida de la población local.
- Contribuirá directamente con el emprendimiento comunitario, organizando con la autorización de la Comunidad Campesina de Yuracmayo, miniferias dentro del alojamiento donde artesanos locales podrán vender sus productos a los turistas.

### **6.3. Impacto ambiental**

Yuracmayo Lodge S.R.L. tendrá un impacto positivo a nivel ambiental, cumpliendo con los siguientes aspectos:

- Existirá un mínimo impacto ambiental durante la operación y mantenimiento del alojamiento; siempre persiguiendo un equilibrio entre la integración con el entorno y conseguir el confort adecuado.
- Incentivará la caminata como medio de desplazamiento sostenible a través de pequeñas excursiones en los días de estadía del turista.
- Promoverá la gestión del reciclaje mediante campañas de concientización ambiental sobre el uso correcto de los tachos de reciclaje dentro del alojamiento.
- Mantendrá un ambiente con plantas ornamentales y luz natural, disponible para los huéspedes.
- Promoverá una mayor conciencia ambiental, teniendo en cuenta que el lodge es un tipo de alojamiento que respeta los principios de conservación de la naturaleza.

## **CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **7.1. Conclusiones**

#### **a) Organización y aspectos legales**

- La estructura orgánica de Yuracmayo Lodge S.R.L resulta ser la adecuada en términos de capital humano y costo de personal (administrativo y de mano de obra) dentro de los estándares del sector de alojamientos rurales en el Departamento de Lima; puesto que se considerarán ingresos justos con todos los derechos laborales abarcados por el Régimen Laboral MYPE.
- Los aspectos legales que deben ser considerados por la empresa, tendrán un efecto positivo sobre su constitución y el desarrollo de sus operaciones, dejando en claro que será una organización formal, que respetará todas las disposiciones legales; y producto de ello gozará de una buena imagen institucional.

## **b) Estudio de mercado**

- El estudio de mercado permitió identificar al turista cuyas características e intereses se ajustan al concepto del lodge: vacacionista aventurero pro naturaleza. Este tipo de turista, que oscila mayormente entre 25 y 34 años, tiene una marcada preferencia por las actividades de naturaleza y de aventura. Estas premisas son la base de la variedad de servicios accesorios que ofrece el alojamiento y que contribuyeron a la definición de precios por habitación.
- El estudio de mercado es viable, porque se corroboró que existe una mayor demanda de turistas extranjeros y el vacacionista nacional que de servicios ofertados por la competencia, es decir, una demanda insatisfecha en el sector de alojamientos rurales; por lo que se cubrirá en promedio el 2% de esta; teniendo una proyección de crecimiento promedio del 4.5% por año, durante el horizonte del proyecto.

## **c) Estudio técnico**

- El estudio técnico es viable, puesto que se logró reafirmar que el tamaño ideal del alojamiento debe ser de microempresa empresa, y que su micro localización debe ser la Comunidad San Juan de Yuracmayo, Estos dos aspectos le permitirán al lodge incurrir en costos moderados debido a su tamaño, y gozar de una localización estratégica y atractiva para el turista.

- La unidad de medida del proyecto se basará en las pernoctaciones de los turistas extranjeros y el vacacionista nacional, ya que a partir de este concepto se podrá conocer realmente la capacidad ocupada y los ingresos del negocio.
- La capacidad ocupada del alojamiento para el primer año del proyecto será en promedio del 45% de la capacidad instalada, y su crecimiento anual será del 3% aproximadamente, por lo que se prevé que, pasados los 5 primeros años, la empresa podrá aumentar su porcentaje de cobertura para atender a la creciente demanda insatisfecha, al aprovechar la capacidad ociosa que aún poseerá para ese entonces, incrementando sus ingresos significativamente.

**d) Estudio de inversión y financiamiento:**

- El estudio de la inversión y financiamiento es viable, porque el proyecto se autofinanciará con capital propio, para cubrir una inversión total de S/. 86,404.33 el cual es aportado por seis inversionistas en proporciones de 17% de este monto. Cabe resaltar que dichos inversionistas, son comuneros de la Comunidad Campesina San Juan de Yuracmayo. Asimismo, la inversión más grande será la del activo tangible, representando un 76% del total de la inversión.

### **e) Estudio de costos, ingresos y egresos**

- El estudio de los costos, ingresos y egresos es viable, dado que Yuracmayo Lodge S.R.L percibirá ingresos superiores a sus costos anuales, dando como resultado beneficios considerables.
- Los ingresos de la empresa serán de S/. 290,356.83 para el primer año de operaciones, por la venta de su servicio de alojamiento para cada tipo de habitación. Además, se debe recalcar que el crecimiento promedio anual de los ingresos será de 9.2% aproximadamente, durante los 5 años del proyecto, y estará influenciado por el crecimiento del número de pernoctaciones.
- El egreso más representativo de la empresa serán los administrativos y mano de obra con un total 70% del total de egresos, debido a que Yuracmayo Lodge S.R.L considera el capital humano de la empresa como uno de los principales factores para que el turista se sienta atendido según sus expectativas.
- La utilidad neta para el primer año será de S/. 72,569.53, esto indica un valor positivo para el negocio y el rendimiento de las ventas.

## **f) Evaluación**

- La evaluación económica del proyecto es viable puesto que ambos los inversionistas cuentan con el dinero para poder iniciar el negocio. Asimismo, es rentable, porque para todo el horizonte del proyecto, contará con un VANE de S/. 134,121.53, es decir que se recuperará todo lo invertido y se tendrá dicho beneficio; una TIRE de 69% mayor a la tasa COK de 14.45%, lo que significa que se obtendrá una tasa anual mayor a la exigida por los inversionistas; una relación beneficio costo de 1.14, que da a entender que por cada sol invertido se ganará S/. 0.14; y un periodo de recuperación de 1 año, 8 meses y 3 días.

## **7.2. Recomendaciones**

- Se recomienda estudiar detalladamente los gustos y preferencias del público objetivo, con la finalidad de poder brindar actividades más dinámicas dentro del sector hotelero.
- Si se realiza una investigación detallada de la competencia respecto al servicio de alojamiento, precios y estrategias de negocio, mayor conocimiento se tendrá del sector y se podrá establecer una propuesta de valor significativa.

- Reforzar la publicidad que se ofrece a través de internet y según las posibilidades económicas del negocio, se ofrezca el servicio en todas las plataformas digitales existentes, averiguando previamente cual es la más solicitada.
- Finalmente, se recomienda que, ante cualquier contingencia internacional, que afecte el turismo receptivo o interno y que genere incertidumbre en el mercado hotelero, los alojamientos rurales acaten las medidas del gobierno, y planifiquen estrategias de atracción de clientes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Banco Central de Reserva del Perú (2020) *Programa anual y proyecciones macroeconómicas*. Recuperado de

<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2020/setiembre/reporte-de-inflacion-setiembre-2020.pdf>

Congreso de la República (1997) *Texto Único Ordenado del D. L. N. ° 728, Ley de Productividad y Competitividad Laboral*. Recuperado de

[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/BE35EA4B0DF56C0A05257E2200538D4C/\\$FILE/1\\_DECRETO\\_SUPREMO\\_003\\_27\\_03\\_1997.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/BE35EA4B0DF56C0A05257E2200538D4C/$FILE/1_DECRETO_SUPREMO_003_27_03_1997.pdf)

Chiavenato, I. (2000). *Administración de Recursos Humanos* (5ta edición). Colombia: McGraw-Hill Interamericana.

David, F (2008). *Conceptos de administración estratégica* (11va edición). México: McGraw-Hill Interamericana

Diario Oficial El Peruano (2019) *R.M. N° 005-2019-VIVIENDA*. Recuperado de [content/uploads/documentos/turismo/funciones\\_y\\_normatividad/normatividad/pr](https://www.gob.pe/gob/documentos-publicados/estadores_servicios_turisticos/RM_N0052019VIVIENDAModificaD.S.N_0062014A_030.pdf)  
[estadores\\_servicios\\_turisticos/RM\\_N0052019VIVIENDAModificaD.S.N\\_0062014A\\_030.pdf](https://www.gob.pe/gob/documentos-publicados/estadores_servicios_turisticos/RM_N0052019VIVIENDAModificaD.S.N_0062014A_030.pdf)

Diario Oficial El Peruano (s.f) *Ley General de Sociedades – Ley N. 268877.*

Recuperado de <https://diariooficial.elperuano.pe/pdf/0004/2-ley-general-de-sociedades-1.pdf>

INEI (2010) *CIIU Revisión 4.* Recuperado de

[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf)

INEI (2010) *Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU REV. 4).*

Recuperado de [https://proyectos.inei.gob.pe/CIIU/frm\\_buscar\\_desc.asp](https://proyectos.inei.gob.pe/CIIU/frm_buscar_desc.asp)

INEI (s.f) *Estadísticas Turismo.* Recuperado de

<https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/turismo-11176/>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2004). *Decreto Supremo N°020- 2011-*

*MINAM.* Recuperado de

<http://apoturperu.org/wpcontent/uploads/2014/11/REGLAMENTO-DE-ESTABLECIMIENTO-DE-HOSPEDAJE.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2015) *Decreto\_Supremo\_NRO\_001\_2015*

Recuperado de

[https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/funciones\\_y\\_normatividad/normatividad/prestadores\\_servicios\\_turisticos/Decreto\\_Supremo\\_NRO\\_001\\_2015\\_MINCETUR\\_REH.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/prestadores_servicios_turisticos/Decreto_Supremo_NRO_001_2015_MINCETUR_REH.pdf)

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2015). *Aprueban reglamento de establecimientos de Hospedaje N° 001 – 2015 -MINCETUR*. Recuperado de <https://bit.ly/2HN1EDw>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2017) *Turismo emprende*. Recuperado de <http://turismoemprende.pe/>.

Ministerio de Economía y Finanzas (2020) *Clasificación de las empresas según ventas anuales*. Recuperado de <https://www.mef.gob.pe/es/component/content/article?id=3262%25&l=#:~:text=As%C3%AD%20una%20microempresa%20ser%C3%A1%20la,monto%20m%C3%A1ximo%20de%20%2C300%20UIT.>

Ministerio de Economía y Finanzas (2020) *Marco económico multianual 2021-2024*. Recuperado de [https://www.mef.gob.pe/pol\\_econ/marco\\_macro/MMM\\_2021\\_2024.pdf](https://www.mef.gob.pe/pol_econ/marco_macro/MMM_2021_2024.pdf)

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2014). *Principales resultados de la encuesta de demanda ocupacional en el sector turismo (Restaurantes, hoteles y agencias de viajes*. Recuperado de [http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/publicacion/2013/resultados\\_edo\\_turismo\\_2013.pdf](http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/publicacion/2013/resultados_edo_turismo_2013.pdf)

Plataforma Digital Única del Estado Peruano (s.f) *Obtener clasificación para un hospedaje*. Recuperado de <https://www.gob.pe/7371-obtener-clasificacion-para-un-hospedaje>

Porter, M. (2009). *Ser competitivo*. Barcelona, España: Ediciones Deusto.

PROMPERÚ. (s.f.). *Perfil del turista extranjero (2015 – 2019)*. Recuperado de <https://www.promperu.gob.pe/turismo/in/>

PROMPERÚ. (s.f) *Perfil de vacacionista nacional. (2015 – 2019)*. Recuperado de [https://www.promperu.gob.pe/Turismo/IN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Perfil%20del%20Vacacionista%20Nacional%202019&url=~/Uploads/perfiles\\_vacac\\_nac/1041/Perfil%20del%20Vacacionista%20Nacional%202019.pdf&nombObjeto=PerfVacacionistaNac&back=/Turismo/IN/sitio/PerfVacacionistaNac&issuuid=](https://www.promperu.gob.pe/Turismo/IN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Perfil%20del%20Vacacionista%20Nacional%202019&url=~/Uploads/perfiles_vacac_nac/1041/Perfil%20del%20Vacacionista%20Nacional%202019.pdf&nombObjeto=PerfVacacionistaNac&back=/Turismo/IN/sitio/PerfVacacionistaNac&issuuid=)

SICCAM (s.f) *Sistema de información sobre Comunidades Campesina del Perú*. Recuperado de <http://www.ibcperu.org/wp-content/uploads/2017/06/DIRECTORIO-DE-COMUNIDADES-CAMPESINAS-DEL-PERU-2016.pdf>

SUNAT (s.f) *Régimen MYPE tributario*. Recuperado de <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-mype-tributario/6829-05-impuestos-a-pagar>

## **ANEXOS**

Anexo 1: Requisitos técnicos mínimos para un establecimiento de hospedaje calificado como albergue.

Anexo 2: Método de Déficit Acumulado

Anexo 3: Cálculo del pago del Impuesto a la Renta

Anexo 4: Presupuesto del pago IGV

## ANEXO 1

### Requisitos técnicos mínimos obligatorios para un establecimiento de hospedaje clasificado como albergue

#### Requisitos mínimos:

- Un solo ingreso para la circulación de los huéspedes y personal de servicio
- Recepción
- Ambiente de estar
- Habitaciones
- Servicios higiénicos para uso de los huéspedes (Diferenciados por sexo)
- Comedor
- Cocina
- Servicios higiénicos de uso público
- Ascensores de uso público (Obligatorio de cuatro a más pisos)
- Servicios básicos de emergencia en ambientes separados para almacenamiento de agua potable
- Servicio de teléfono para uso público
- Sistemas de ventilación y/o climatización
- Sistemas de agua (fría y caliente)
- Sistema de desagüe
- Sistema de video vigilancia
- Electricidad
- Sistema o proceso de recolección, almacenamiento y eliminación de residuos sólidos
- Depósito

**ANEXO 2**  
**MÉTODO DE DÉFICIT ACUMULADO**

Concepto	Mes base	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre											
<b>Ingresos</b>																								
Ventas al contado	S/.	-	S/.	24,196.40	S/.	24,680.33																		
Ventas al crédito			S/.	-																				
<b>Total Ingresos</b>	<b>S/.</b>	<b>-</b>	<b>S/.</b>	<b>24,196.40</b>	<b>S/.</b>	<b>24,680.33</b>																		
<b>Egresos</b>																								
<b>Costos de producción</b>	<b>S/.</b>	<b>8,907.65</b>																						
Materia Prima	S/.	2,721.73																						
Mano de Obra	S/.	5,293.75																						
Costos indirectos de fabricación	S/.	892.17																						
<b>Gastos de operación</b>	<b>S/.</b>	<b>7,096.67</b>																						
Gastos de administración	S/.	7,096.67																						
<b>Total de Egresos</b>	<b>S/.</b>	<b>16,004.32</b>																						
Flujo de caja	S/.	-16,004.32	S/.	8,192.09	S/.	8,676.01																		
Margen de seguridad (5%)			S/.	800.22																				
Capital de trabajo			S/.	16,804.53																				

Fuente: Elaboración propia

### ANEXO 3

#### CÁLCULO DEL PAGO IMPUESTO A LA RENTA

---

<b>2021</b>					
UAI	S/.	85,095.07			
15 UIT	S/.	64,500.00	10%	S/.	6,450.00
MAS DE 15 UIT	S/.	20,595.07	29.50%	S/.	6,075.55
			<b>IRT</b>	<b>S/.</b>	<b>12,525.55</b>
<b>2022</b>					
UAI	S/.	110,835.31			
15UIT	S/.	64,500.00	10%	S/.	6,450.00
MAS DE 15 UIT	S/.	46,335.31	29.50%	S/.	13,668.92
			<b>IRT</b>	<b>S/.</b>	<b>20,118.92</b>
<b>2023</b>					
UAI	S/.	133,752.92			
15UIT	S/.	64,500.00	10%	S/.	6,450.00
MAS DE 15 UIT	S/.	69,252.92	29.50%	S/.	20,429.61
			<b>IRT</b>	<b>S/.</b>	<b>26,879.61</b>
<b>2024</b>					
UAI	S/.	81,073.33			
15UIT	S/.	64,500.00	10%	S/.	6,450.00
MAS DE 15 UIT	S/.	16,573.33	29.50%	S/.	4,889.13
			<b>IRT</b>	<b>S/.</b>	<b>11,339.13</b>
<b>2025</b>					
UAI	S/.	141,674.77			
15UIT	S/.	64,500.00	10%	S/.	6,450.00
MAS DE 15 UIT	S/.	77,174.77	29.50%	S/.	22,766.56
			<b>IRT</b>	<b>S/.</b>	<b>29,216.56</b>

---

Fuente: Elaboración propia

## ANEXO 4

### PRESUPUESTO DEL PAGO IGV

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>IGV Ventas</b>		S/.-44,291.72	S/.-48,363.50	S/.-52,007.61	S/.-44,122.92	S/.-53,521.40
<b>IGV Compras</b>	S/. 13,180.32	S/. 7,265.11	S/. 7,410.41	S/. 7,558.62	S/. 7,709.79	S/. 7,863.98
<b>IGV por pagar (sin cargo fijo 0)</b>		S/.-37,026.62	S/.-40,953.09	S/.-44,449.00	S/.-36,413.13	S/.-45,657.42
<b>CF año 0</b>	S/. 13,180.32	S/.-23,846.29	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
<b>IGV a pagar</b>		S/. 23,846.29	S/. 40,953.09	S/. 44,449.00	S/. 36,413.13	S/. 45,657.42

Fuente: Elaboración propia