FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA, TURISMO Y GASTRONOMÍA

Carrera de Administración Hotelera

HOTEL JIKISINKAMA

Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de Bachiller en Administración Hotelera

KARINA LAY JIMENEZ

Lima – Perú
2020

INDICE

INDICE 1
Capítulo I - Resumen Ejecutivo 6
Capítulo II - Información general 12
2.1. Datos de la empresa 12
2.1.1 Razón social 12
2.1.2 Nombre comercial 12
2.1.3 Accionistas y Equipo 12
2.1.4 Horizonte de evaluación 13
2.2 Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria 13
2.2.1 Actividad económica 13
2.2.2 Código CIIU 13
2.2.3 Partida arancelaria 13
2.3 Definición del negocio 13
2.4 Descripción del producto o servicio 13
2.5 Oportunidad de negocio 14
2.5.1 Por el lado de la oferta 14
2.5.2 Por el lado de demanda 14
2.6 Estrategia genérica de la empresa 14
2.7 Visión y misión de la empresa 14
2.8 Análisis FODA 15
2.10 Business Model Canvas, de la idea de negocio (con fuentes de verificación). 17
Capítulo III - Análisis del Macroentorno 18
3.1 Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes (2019) 18
3.2 Entorno político – legal: Leyes o reglamentos vinculados al proyecto 18

3.3 Entorno económico: (2014-2018) 19
3.3.1 Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. PEA, %PEA..... 19
3.3.2 Balanza comercial: importaciones y exportaciones. Producto: Importaciones y exportaciones..... 22
3.3.3 PBI, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país. 24
3.4 Entorno Socio - cultural: Tendencias 25
3.5 Entorno Tecnológico: Tendencias 26
3.6 Entorno Eco ambiental: Tendencias, normas 26
Capitulo IV: Aspectos de Mercado 28
4.1 Investigación de Mercado..... 28
4.1.1 Investigación de mercado: Criterios de Segmentación y Marco Muestral 28
4.1.2 Tipos de Investigación 28
4.2 Demanda Presente (año cero 2020) y Futura (2021-2031)..... 35
4.2.1 Estimación del Mercado Potencial 38
4.2.2 Estimación del Mercado Disponible 38
4.2.3 Estimación del Mercado Efectivo 39
4.2.4 Estimación del Mercado Objetivo 40
4.2.5 Cuantificación anual de la demanda 40
4.3 Microentorno (2019) 44
4.3.1 Competidores actuales: nivel de competitividad 44
4.3.2 Fuerza negociadora de los clientes..... 45
4.3.3 Fuerza negociadora de los proveedores 46
4.3.4 Amenaza de productos sustitutos 46
4.3.5 Competidores potenciales barreras de entrada..... 46
Capítulo V: Plan de Comercialización 47
5.1 Estrategias específicas de lanzamiento del producto 47
5.2 Mezcla de Marketing 48
5.2.1 Producto 48
5.2.2 Precio 50
5.2.3 Plaza..... 51

5.2.4 Promoción 51
5.2.5 Personas 52
5.2.6 Evidencia física 52
5.2.7 Procesos 52
Capítulo VI: Aspectos Técnicos 54
6.1 Tamaño del Proyecto: Capacidad instalada de maquinarias y equipos. Tamaño Normal, Tamaño Máximo, Porcentaje de utilización de la capacidad instalada. 54
6.2 Procesos 55
6.2.1 Diagrama de flujo de Procesos de Producción. Descripción 55
6.2.2 Programa de producción (2020-2031) 56
6.2.3 Relación de materias primas e insumos a utilizar, consumos por producto. 56
6.2.4 Programa de compras de materias primas e insumos (2020-2031) 57
6.2.5 Requerimiento de mano de obra (2020-2031) 57
6.3 Tecnología para el proceso 57
6.3.1 Maquinarias 57
6.3.2 Equipos 57
6.3.3 Herramientas 57
6.4.1. Plano con Proyecto: distribución de las máquinas y equipos. 61
6.4.2. Descripción del Centro de Operaciones. 64
6.5 Localización: Marco de Localización y Micro localización 67
6.6. Diagrama de Gantt de implementación de la fase pre - operativa 70
6.7 Responsabilidad social: con los trabajadores y con la comunidad 71
6.8 Impacto Ambiental: Revisión de la Ley N° 27446, y otras, aplicación según el caso 71
6.9 Certificaciones 72
Capítulo VII: Aspectos Legales y Organizacionales (5pag) 74
7.1 Aspectos Legales 74
7.1.1 Forma Societaria 74
7.1.2 Registro de marcas y patentes 74
7.1.3 Licencias y Autorizaciones 74

7.1.4 Legislación Laboral 75
7.1.5 Legislación Tributaria 75
7.1.6 Otros Aspectos Legales 75
7.2 Aspectos Organizacionales 77
7.2.1 Organigrama Funcional 77
7.2.2 Puestos de Trabajo: Tareas, Funciones y Responsabilidades 78
7.2.3 Aspectos Laborales: Forma de Contratación, Régimen Laboral, Remuneración, Horario de Trabajo, Beneficios Sociales definir 80
Capítulo VIII: Aspectos Económicos-Financieros 83
8.1 Inversiones 2020-2031 83
8.1.1 Inversión en Activo Fijo 83
8.1.2 Inversión Activo Intangible 83
8.1.3 Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado) 84
8.1.4 Estructura de inversiones 84
8.2 Financiamiento 2019-2031 85
8.2.1 Estructura de Financiamiento 85
8.2.2 Financiamiento del activo fijo tangible, intangible, y del capital de trabajo. Fuentes de financiamiento: cronograma de pagos 85
8.3 Ingresos anuales 2021-2031 88
8.3.1 Ingresos por ventas: al contado, al crédito, ventas totales, exportaciones. 88
8.3.2 Recuperación de Capital de trabajo 88
8.3.3 Valor de Desecho Neto del Activo Fijo 89
8.4 Costos y Gastos anuales 2020-3031 89
8.4.1 Egresos Desembolsables 89
8.4.1.1 Presupuesto de compras Materias Primas y Materiales 89
8.4.1.3 Presupuesto de Mano de Obra Directa 90
8.4.1.4 Presupuesto de Costos Indirectos. 91
8.4.1.5 Presupuesto de Gastos de Administración 91
8.4.1.6 Presupuesto de Gastos de Ventas 92
8.4.2 Egresos no desembolsables 92

8.4.2.1 Depreciación 92
8.4.2.2 Amortización de Intangibles 93
8.4.3 Costos Fijos y Costos Variables 93
8.4.4 Costos de producción unitario y costo total unitario 94
8.5 Estados Financieros Proyectados 2020 - 2031 94
8.5.1 Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja 94
8.5.2 Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado (costeo absorbente) 95
8.5.3 Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado (costeo directo) 95
8.5.4 Flujo de Caja Proyectado Operativo 95
8.5.5 Flujo de Capital Proyectado 96
8.5.6 Flujo de Caja Económico Proyectado 96
8.5.7 Flujo de Servicio de la Deuda 96
8.5.8 Flujo de Caja Financiero 97
8.5.9 Estado de Situación Financiera 97
Capitulo IX Evaluación Económico Financiera 98
9.1 Cálculo de la Tasa de Descuento 98
9.2 Evaluación económica – financiera 99
9.3 Análisis de Sensibilidad unidimensional 104
Capítulo X Conclusiones y recomendaciones 106
BIBLIOGRAFIA 107
ANEXO 111

Capítulo I - Resumen Ejecutivo

I.- INFORMACIÓN GENERAL

1. UNIDAD EJECUTORA DEL ESTUDIO

Nombre	Carrera	Código
Barreda Vargas, Enzo Alexis	Administración Hotelera	1120361
Camacho Rodríguez, Charna Yanella	Marketing	1611433
Laos Ríos, María del Rosario	Gastronomía	1410148
Lay Jiménez, Karina	Administración Hotelera	1611311
Ortega Chávez, Claudia Soledad	Gastronomía	1312046

2. INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

- **Razón Social:** RAMECKY SAC
- **Marca del Proyecto:** Hotel Jikisinkama.
- **Ubicación de la empresa:** Av. Reducto 1421, Miraflores, Lima.
- **Actividad de la empresa:** Tiene como objetivo satisfacer y superar las expectativas en cuanto al servicio de alojamiento de un hotel cuatro estrellas con un concepto nuevo de entretenimiento dirigido a personas solteras extranjeras que busquen pasar experiencias memorables.

3. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO, FACTORES DE ÉXITO

Se identificaron múltiples oportunidades de negocio, ya que el segmento al cual se dirigirá el hotel no está atendido y actualmente el país tiene un crecimiento considerable en el sector turismo por lo que hace aún más atractiva la oportunidad de negocio. Además de la tendencia de gustos y preferencias de acuerdo al perfil de cada viajero por conocer y realizar diversas actividades que estén en sus planes cuando visiten el Perú.

4. ESTRATEGIA DEL PROYECTO

La estrategia por adoptar será de diferenciación, ya que este proyecto se dirige a un nicho de mercado desatendido actualmente, bajo el concepto de un hotel innovador y poco conocido en el país, por lo que se priorizará encontrar las necesidades del mercado con la finalidad de que estas sean atendidas.

5. COMPETENCIA

Por el lado de los competidores, se identificó al BTH HOTEL, Radisson Red Miraflores, Dazzler by Wyndham y Aloft Marriot Hotel. Ubicados en distritos aledaños a Miraflores, con una categorización de cuatro estrellas. A su vez estos hoteles cuentan con temáticas propias, los cuales han ido adaptando de acuerdo con el perfil de los turistas y a la constante innovación que se está teniendo en el mercado.

6. MERCADO PROVEEDOR

Por parte de los proveedores se contará con Aroma Latina para la compra de amenities, en cuanto a la lencería, equipos de cómputo, entre otros estará a cargo Ripley. Para el equipamiento del hotel se tendrá a Promart y Sodimac. El gimnasio será equipado por Sonico Fitness, por último, en el área administrativa se trabajará con Tai Loy para los materiales de escritorio.

7. INVERSION

La inversión inicial total del hotel es de S/2, 060, 198 soles. La inversión en activos fijos es de S/. 1, 931,487 que representa el 93.8% de la inversión. Por otro lado la inversión de intangibles que representa el 3.4% de la inversión total con un valor de S/ 70 893 soles. Por último, el capital de trabajo asciende a S/57 818 que representa el 2.8% de la inversión total.

8. CONCLUSIONES

El proyecto que tiene como nombre Jikisinkama hotel, es un proyecto el cual presente una alta inversión de activos fijos del 93.8% del total. Sin embargo, de acuerdo con los resultados de los indicadores de rentabilidad se identificó que el periodo de recuperación de este proyecto sería en un estimado de tres años y cuatros meses lo cual es un periodo corto. Los indicadores que prueban la viabilidad del proyecto son el VAN con S/.6.717.607, la TIRE con 47% y la TIRF con 67%.

II.- ESTUDIO DE MERCADO

9. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

Jikisinkama será un hotel de cuatro estrellas, el cual creará un ambiente agradable para sus huéspedes a través de las actividades que se irán a realizar en el mismo. Además, dentro de las instalaciones los pasajeros tendrán acceso a áreas comunes tales como: gimnasio, sauna con hidromasaje incluido, un bar y una zona de entretenimiento (mesa de billar, mesa de póker o blackjack, mesa de ping pong, entre otros.). El compromiso del hotel para con los clientes será garantizarles un servicio personalizado, que se sientan como en casa y lo que vayan a vivir dentro de su estancia más que una pernoctación, se convierta en su mayor satisfacción.

10. USOS Y BENEFICIOS

Jikisinkama es un hotel que brindará un concepto propio, bajo la premisa de la diversión, entretenimiento y calidad de servicio. Ofrecerá a los huéspedes una experiencia amena en su estadía. El hotel contará con múltiples actividades que permitirán la interacción entre los pasajeros, a fin de crear momentos únicos donde la conexión que tengan entre sí, la puedan encontrar en el área de entretenimiento.

11. PRECIO DEL PRODUCTO O SERVICIO

Jikisinkama, contará dentro de sus instalaciones con dos tipos de habitaciones:

- Habitaciones Simples
- Habitaciones Suites

La tarifa rack de las habitaciones simples será de S/. 350 soles, mientras que la tarifa rack de las habitaciones suites será S/.550 soles.

12. COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN

Para la promoción de Jikisinkama se contará con estrategias de Marketing Digital basándose en estrategia de medios, con el desarrollo de contenido interactivo tanto en las redes sociales como la web. Además, se reforzará ello con paquetes de promoción alusivos a festividades (carnavales, fiestas patrias, etc.) y promociones en el precio por

volumen (grupos mayores a 5 personas tendrán un descuento del 15% en su estadía) y pronto pago (city tour de cortesía).

13. MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo de Jikisinkama estará conformado por hombres y mujeres solteras de 21 a 45 años del NSE A y B+, que tengan un estilo de vida sofisticado y moderno.

14. PRONÓSTICOS DE VENTAS

En el pronóstico de ventas se tiene las variables de unidades e ingresos por habitación donde el costo por habitación simple es de S/. 1200 soles y el costo por habitación suite es de S/. 1800 soles. Durante el año existirán variaciones, ya que habrá meses en los cuales se tendrá temporada alta, intermedia y baja.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Habitaciones simples unidades (60%)	0	S/ 452	S/ 607	S/ 763	S/ 922	S/ 1,083	S/ 1,246	S/ 1,410	S/ 1,577	S/ 1,746	S/ 1,917
Habitaciones suites unidades (60%)	0	S/ 301	S/ 404	S/ 509	S/ 615	S/ 722	S/ 830	S/ 940	S/ 1,052	S/ 1,164	S/ 1,278
Ingresos por habitaciones simples	0	S/ 452,400	S/ 788,457	S/ 992,191	S/ 1,198,572	S/ 1,407,602	S/ 1,619,276	S/ 1,833,601	S/ 2,050,574	S/ 2,270,195	S/ 2,492,464
Ingresos por habitaciones suites	0	S/ 450,000	S/ 808,673	S/ 1,017,631	S/ 1,229,305	S/ 1,443,695	S/ 1,660,796	S/ 1,880,617	S/ 2,103,153	S/ 2,328,406	S/ 2,556,374
Total	**0**	**S/ 902,400**	**S/ 1,597,130**	**S/ 2,009,822**	**S/ 2,427,878**	**S/ 2,851,297**	**S/ 3,280,072**	**S/ 3,714,218**	**S/ 4,153,727**	**S/ 4,598,601**	**S/ 5,048,838**

15. IDENTIFICACIÓN Y MATRIZ FODA DEL PRODUCTO

	Fortaleza	Debilidad	Oportunidad	Amenaza
Jikisinkama Hotel	El Hotel Jikisinkama contará con un concepto único dirigido a un público desatendido bajo una infraestructura ecofriendly.	Será un proyecto que demanda fuerte inversión y al ser una marca nueva tendrá la tarea de posicionarse en el mercado.	Será el primer hotel en presentar esta propuesta como temática brindando una nueva opción de entretenimiento bajo la cobertura de la necesidad básica que es el tener un "lugar donde pasar la noche".	La entrada de nuevos competidores en el Perú, ya que es un mercado en expansión y dificulta el posicionamiento de la marca debido a la variedad de opciones en el sector.

III.- INFORMACION FINANCIERA

16. FLUJO DE CAJA

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos	0	S/ 902,400	S/ 1,597,130	S/ 2,009,822	S/ 2,427,878	S/ 2,851,297	S/ 3,280,072	S/ 3,714,218	S/ 4,153,727	S/ 4,598,601	S/ 5,048,838
Egresos	0	-S/ 492,863	-S/ 559,755	-S/ 561,408	-S/ 629,687	-S/ 698,841	-S/ 768,870	-S/ 839,776	-S/ 911,558	-S/ 984,216	-S/ 1,057,750
Utilidad Operativa	0	S/ 380,794	S/ 821,053	S/ 1,186,863	S/ 1,409,390	S/ 1,634,094	S/ 1,861,174	S/ 2,089,650	S/ 2,318,924	S/ 2,548,301	S/ 2,776,932
Flujo de Capital	-S/ 2,087,543	-S/ 29,155	-S/ 29,539	-S/ 29,923	-S/ 30,307	-S/ 30,691	-S/ 31,074	-S/ 31,458	-S/ 31,842	-S/ 32,226	-S/ 32,609
Flujo Caja Económico	**-S/ 2,087,543**	**S/ 351,638**	**S/ 791,513**	**S/ 1,156,939**	**S/ 1,379,083**	**S/ 1,603,404**	**S/ 1,830,099**	**S/ 2,058,191**	**S/ 2,287,081**	**S/ 2,516,074**	**S/ 2,744,321**

Lo que nos muestra este estado de cuenta, es un resumen de las entradas y salidas efectivas de dinero, en el tiempo de los 10 años de proyección. A su vez el flujo de caja nos permitirá determinar qué tan rentable será la inversión.

	Año0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5	Año6	Año7	Año8	Año9	Año10
Servicio de la deuda	S/ 1,158,892	-S/ 215,890	-S/ 233,892	-S/ 244,829	-S/ 237,119	-S/ 241,229	-S/ 246,465	-S/ 253,137	-S/ 261,636	-S/ 272,464	-S/ 286,258
Flujo Caja Financiero	**-S/ 928,651**	**S/ 135,749**	**S/ 557,621**	**S/ 912,111**	**S/ 1,141,964**	**S/ 1,362,175**	S/ 1,583,633	S/ 1,805,054	S/ 2,025,445	S/ 2,243,610	S/ 2,458,063

El flujo de caja financiero está compuesto por el flujo de caja económico más el flujo del financiamiento. Es decir, con el flujo de caja financiero se hará la evaluación financiera de un proyecto. También es llamado flujo del inversionista.

17. INVERSION INICIAL

En el siguiente cuadro se puede visualizar el monto que representan los activos tangibles fijos, activos intangibles y capital de trabajo.

Inversión Inicial	Inversión (S/.)	Inversión (%)
Activos Tangibles (fijos)	S/. 1,931,487	93.8%
Activos Intangibles	S/. 70,893	3.4%
Capital de Trabajo Inicial	S/. 57,818	2.8%
Total, Inversión Inicial US$	**S/. 2,060,198**	**100%**

18. FINANCIAMIENTO Y ESTRUCTURA DE CAPITAL

Se tiene un total de inversión de S/ 2’087,543 de los cuales la entidad bancaria representa un 60% y por el lado de los accionistas y socios un 40%. Se trabajará con el banco BCP con una tasa de 27.40%. Por parte del préstamo, este será financiado en 10 años, bajo 6 meses de periodo de gracia.

Financiamiento	Monto (US$)	%
Capital Propio	S/ 928,651	40%
Deuda	S/ 1,158,892	60%

Tasa interés anual =27.40%

19. INDICADORES DE RENTABILIDAD

En el presente cuadro podemos visualizar los montos de acuerdo a los indicadores de rentabilidad que son los métodos más utilizados como TIRE, TIRF, VANE, VANF y Punto de Equilibrio. Todos ellos tienen una versión económica si se usan recursos propios y una versión financiera si se usan recursos de terceros.

TIRE	47%
TIRF	67%
VANE	S/. 6.717.607
VANF	S/. 4.126.192
Punto de Equilibrio	s/. 346.259

20. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES FINANCIERAS

- De acuerdo a los análisis financieros, el proyecto sería viable ya que los indicadores de rentabilidad VANE y VAN tienen un resultado positivo. Lo cual muestra que el proyecto si es rentable.
- Los indicadores de evaluación tendrán que ser usados con criterio y no se deberán tomar decisiones con sólo uno de ellos.
- Muchas veces los proyectos necesitan fuentes de financiamientos externas para poder ejecutar sus inversiones. Por ello, el proyectista deberá evaluar la viabilidad del financiamiento.
- Se recomienda que a la hora de comparar proyectos de inversión, estos deberán ser homogéneos.
- Dos o más alternativas de inversión se pueden comprar bajo los criterios de maximizar beneficios o minimizar los costos.

Capítulo II - Información general

2.1. Datos de la empresa

2.1.1 Razón social

RAMECKY SAC

2.1.2 Nombre comercial

HOTEL JIKISINKAMA

2.1.3 Accionistas y Equipo.

Accionistas	Participación (% total de acciones)
Enzo Barreda Vargas: Estudiante de Administración Hotelera, con experiencia en el área de atención al cliente y organización de eventos tanto en hoteles como en centros sociales.	20%
Yanella Camacho Rodríguez: Estudiante de Marketing con experiencia en construcción de marca, marketing digital, posicionamiento de marca, entre otros.	20%
María del Rosario Laos Ríos: Estudiante de Gastronomía, con experiencia en servicio al cliente, realizando catering para eventos corporativos y sociales; así como también en el área de nutrición.	20%
Karina Lay Jiménez: Estudiante de Administración Hotelera, con experiencia en restaurantes como administradora, manejo del idioma francés y organización de eventos	20%

Claudia Ortega Chávez: Estudiante de Gastronomía, con experiencia en cocina saludable y dietética. Manejo de redes e informática y con conocimientos en gestión y análisis comercial.	20%

2.1.4 Horizonte de evaluación

El proyecto tendrá un horizonte de evaluación de diez años: 2021 – 2031, considerando el año 2020 como año base. La vida útil de este proyecto es indeterminada debido a que este proyecto será un servicio.

2.2 Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria.

2.2.1 Actividad económica

La actividad económica principal de Jikisinkama será la venta de habitaciones a las personas que opten por esta marca. Por otro lado, los ingresos de forma complementaria se harán mediante el área de eventos, ya sean corporativos, congresos, conferencias, entre otros ocasionales.

2.2.2 Código CIIU

6311 - PROCESAMIENTOS DE DATOS, HOSPEDAJE Y ACTIVIDADES CONEXAS

2.2.3 Partida arancelaria

8302.41.00.00 según tratamiento Arancelario por Subpartida Nacional. [1]

2.3 Definición del negocio

RAMECKY S.A.C será un hotel de 4 estrellas, dirigido a personas solteras de nacionalidad extranjera que busquen pasar una experiencia memorable. El hotel contará con habitaciones desde simples hasta suites, el concepto será un ambiente de recreo bajo un diseño minimalista sostenible.

2.4 Descripción del producto o servicio

JIKISINKAMA será un hotel de 4 estrellas, el cual te invitará a pasar la mejor estadía de tu vida. Estará ubicado en uno de los distritos más céntricos de Lima, que a su vez obtuvo el premio al mejor distrito sostenible. Este hotel contará con 6 pisos y un total

[1] Aduantet. *Tratamiento arancelario por subpartida nacional* Recuperado de: http://www.aduanet.gob.pe/servlet/AIScrollini?partida=8302410000

de 60 habitaciones. También, ofrecerá servicios que estarán distribuidos en las áreas comunes tales como: gimnasio, sauna con hidromasaje incluido, un bar y una sala de entretenimiento (mesa de billar, mesa de póker o blackjack, mesa de ping pong, jenga gigante, beer pong y una mesa de futbolín).

2.5 Oportunidad de negocio

2.5.1 Por el lado de la oferta

Ser el primer Hotel enfocado en el sector de extranjeros solteros, actualmente si existe la oferta de hoteles sin embargo no existe la oferta dirigida al público objetivo al cual estará orientado este proyecto. Ya que consiste en un ambiente de recreo ofreciendo a los huéspedes una gran variedad de actividades sociales; a la vez la infraestructura será de primera calidad con un diseño minimalista y sostenible.

2.5.2 Por el lado de demanda

El gran crecimiento de turismo en el Perú en los últimos años ha traído como consecuencia la gran afluencia en el país, especialmente en la capital. La gran cantidad de turistas que visitan Lima lleva a tener innovaciones recurrentes, por lo que nuestra propuesta será una opción interesante, principalmente a los jóvenes turistas.

2.6 Estrategia genérica de la empresa

De acuerdo con las estrategias genéricas de Porter, el hotel JIKISINKAMA optará por desarrollar la estrategia de diferenciación ya que la propuesta de negocio es un concepto bastante innovador y poco conocido en el Perú. El distintivo será el enfoque que se tendrá en un público de turistas extranjeros que vengan de visita al país en busca de diversión además de realizar turismo, en el local podrán encontrar distintas áreas comunes en donde los pasajeros podrán tener la oportunidad de socializar entre ellos.

2.7 Visión y misión de la empresa

Misión: JIKISINKAMA hará que cada estadía y visita sea una experiencia inolvidable, única y auténtica ofreciendo un servicio personalizado a cada huésped; promoviendo el cuidado del medio ambiente gracias a su diseño minimalista sostenible.

Visión: Ser el hotel de referencia en Lima y en todo el país con un enfoque a personas solteras dentro del sector de turismo receptivo, siendo la primera opción de los turistas al elegir un hospedaje con distintos ambientes de diversión.

2.8 Análisis FODA

Para la elaboración del análisis FODA del sector turismo de los extranjeros solteros que visitan el país con mayor frecuencia, se desarrollará la siguiente matriz.[2]

	OPORTUNIDADES O 1°. - Apertura de nuevas tiendas comerciales y/o atractivos turísticos, generaría mayores visitas de turistas en la zona[2] O 2°. - En la última década el turismo receptivo en Perú viene mostrando un crecimiento, de tal manera que el motivo principal de viaje sigue siendo las vacaciones, recreación u ocio.[3] O 3°. - Ley de exoneración a los extranjeros de impuestos en alojamientos y restaurantes [4]	**AMENAZAS** A 1°. - Hechos fortuitos o de fuerza mayor que impidan el cumplimiento cabal de la prestación del servicio. Por ejemplo: (enfermedades, pandemia, etc.). A2°. - Ingreso de nuevos competidores directos. A3°. — Aumento significativo de la oferta hotelera
FORTALEZAS F 1.- El 20% de extranjeros que practican turismo receptivo en Lima son de EE. UU, el 8% son de Argentina y el 5% son de España, siendo estos los más sobresalientes.[6] F 2°. - El 50% de turistas que visitan Lima son solteros y están comprendidos en el rango de 25–44 años.[7] F 3°. - En Lima, el 67% de turistas extranjeros visitan los lugares principales ubicados en Miraflores [8]	**Estrategia FO** (F1; O2) Crear una conectividad en precio y satisfacción, desarrollando una gama de productos que permita que el cliente se sienta satisfecho por lo que va a recibir. Asimismo desarrollar políticas para que el sector se potencie. (F3; O1) Elaborar campañas de difusión para establecer una conectividad de las redes sociales, mediante Facebook e Instagram, con la finalidad de informar paquetes turísticos, promociones, sorteos, descuentos, etc.	**Estrategia FA** (F2; A2) Realizar mayores beneficios, manteniendo el precio del mercado. Resaltar la calidad en el servicio lingüístico (manejo de varios idiomas por parte del personal y culturales (conocimiento de lugares y atractivos turísticos). (F4; A4) Asociación de clientes. De tal forma se pueda brindar la publicidad de boca a boca ya que genera mayor retorno en comparación a un panel publicitario o un boca a boca electrónico. Por otro lado, mediante esta asociación se les podría beneficiar a los clientes VIP, otorgándoles puntos para que ellos puedan canjearlo o deseen pasarlo a algún referido.
DEBILIDADES D 1.-. Bajo retorno de visitas, solo el 38% de turistas regresa a Perú. [9] D 2.- Brasil es el principal competidor de Perú en llegadas internacionales. Por otra parte lidera el segmento vacacional a nivel Sudamérica.[10] D 3.- Los hoteles que se encuentran ya posicionados en el mercado, están situados en avenidas de alto tránsito, lo cual genera ruido y malestar a la vez, esto puede causar fastidios en el descanso del pasajero, ya sea por la mañana o en la noche.[11]	**Estrategia DO** (D2; O2) Al ser Brasil actualmente el líder en llegadas internacionales en Sudamérica. Las entidades de Turismo (MINCETUR, PROMPERÚ, CANATUR), podrían crear campañas de Turismo a bajo costo con la finalidad de promover el segmento vacacional.[12] (D1; 01) Al abrir centros comerciales y/o destinos turísticos, se podrá captar la atención de los turistas para que visiten la ciudad, por otra parte se puede contar con convenios con páginas de reservaciones como: Trivago, Booking, etc.	**Estrategia DA** (D1; A3) Implementar la estrategia de diversificación conglomerada, ofreciendo nuevos productos con otra tecnología, es decir al momento de lanzar el servicio al mercado, se tendrá nuevos productos para satisfacer nuevas necesidades. (D3: A4) Desarrollar programas conjuntos con la Municipalidad del distrito y de la ciudad para emplear un plan de contingencia donde se vele por la comodidad y tranquilidad del pasajero.

[2] se consiguió datos e información de la Comisión de Promoción para la Exportación y el Turismo

[3] *PromPeru (2018). Lugar visitado – Lima. Recuperado de: https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Lugar%20visitado%20-%20Lima&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/41/tips/2611/PTE18Lima.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&peso=100940*

[4] *PromPeru (2018). Lugar visitado – Lima Recuperado: https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Lugar%20visitado%20-%20Lima&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/41/tips/2611/PTE18Lima.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&peso=100940*

[5] *SUNAT. Legislación. Recuperado de: http://www.sunat.gob.pe/legislacion/comprob/regla/conexas/dleg919.ht*

[6] *El peruano (2017). Inversión hotelera llegara a los 1141 mlloms. Recuperado de: http://www.elperuano.pe/noticia-inversion-hotelera-llegara-a-los-1141-mllnsentre-2017-y-2021-57311.aspx*

[7] *PromPeru. Lugar visitado – Lima. Recuperado de:https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Lugar%20visitado%20%20Lima&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/41/tips/2611/PTE18Lima.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&peso=100940*

[8] *PromPeru. Lugar visitado – Lima. Recuperado de:https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Lugar%20visitado%20%20Lima&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/41/tips/2611/PTE18Lima.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&peso=100940*

[9] *PromPeru. Lugar visitado – Lima. Recuperado de:https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Lugar%20visitado%20%20Lima&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/41/tips/2611/PTE18Lima.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&peso=100940*

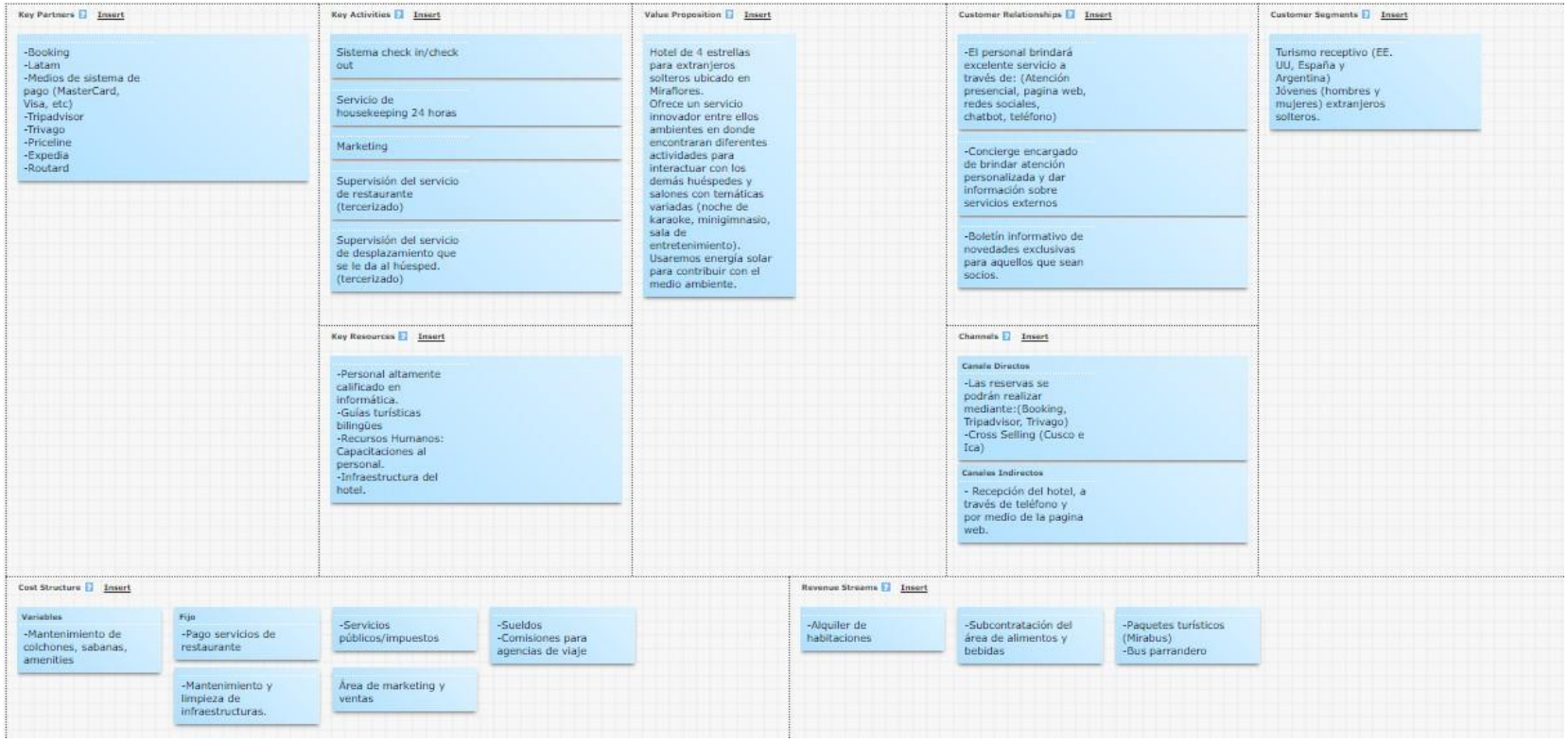
[10] *PromPeru (2018). Lugar visitado – Lima. Recuperado de : https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Lugar%20visitado%20-%20Lima&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/41/tips/2611/PTE18Lima.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&peso=100940*

[11] *Organización Mundial del Turismo (2019). Panorama de turismo internacional. https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237*

[12] *Conocimiento propio*

[13] *Researchgate (2013). Boca a boca tradicional vs. electrónico. La participación como factor explicativo de la influencia del boca a boca electrónico.*

2.10 Business Model Canvas, de la idea de negocio (con fuentes de verificación).



Elaboración: Propia

Disponible en: https://canvanizer.com/canvas/GH6beUKiZogFdYsS4lRI6kK1SfLAwIsj

Capítulo III - Análisis del Macroentorno

3.1 Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes (2019)

Tabla 1

Datos importantes de Perú/ EE. UU. / Reino Unido/ Argentina

	Perú[14]	EE. UU[15]	España[16]	Argentina[17]
Capital	Lima	Washington D.C	Madrid	Buenos Aires
Ciudades importantes[18]	Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Iquitos, Piura y Cusco	Nueva York, Washington D.C, Los Ángeles, Chicago, Las Vegas, Miami	Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Zaragoza	Buenos Aires, Córdova, Rosario, La plata, Mar del Plata y Lanús
Superficie	1,285. 216 km²	9.831.510 km²	505.935 km²	2.780.400 km²
Número de habitantes	31,488,625	327.352.000	46.934.632	44.560.000

3.2 Entorno político – legal: Leyes o reglamentos vinculados al proyecto

Con respecto al entorno político-legal este proyecto estará sujeto a la evaluación de tres procesos dentro la municipalidad de Miraflores, los cuales serán:

La licencia de edificación modalidad C, la cual contempla para edificaciones nuevas según la base legal de la ley N°27972 Art. 79 numeral 3.6.2 acompañada de la

[14] INEI (2019). *El Peru tiene una población de 31 millones 488-mil 625-habitantes*. Recuperado de tihttp://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-peru-tiene-una-poblacion-de-31-millones-488-mil-625-habitantes-9196/

[15] Datos Macro (2019). *EE. UU Economía y demografía.* Recuperado de: https://datosmacro.expansion.com/paises/ee.uu

[16] Datos Macro (2019). *España Economía y demografía*. Recuperado de: https://datosmacro.expansion.com/paises/espana

[17] Datos Macro (2019). *Argentina Economía y demografía*. Recuperado de: https://datosmacro.expansion.com/paises/argentina

[18] Vuela viajes (2016). *Las ciudades más importantes*. Recuperado de: https://www.vuelaviajes.com/las-ciudades-mas-importantes-de-argentina/

Declaración jurada del administrado acerca de su autenticidad en el documento del Decreto Supremo N° 006-2017-Vivienda.[19]

La licencia de funcionamiento para edificaciones calificadas con nivel de riesgo alto en la cual previamente se tiene que haber realizado el ITSE. Tal como indica la base legal del Decreto Supremo N ° 002-2018-PCM, Reglamento de Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones, (05.01.18), artículo 25.[20]

3.3 Entorno económico: (2014-2018)

3.3.1 Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. PEA, %PEA

Se evaluará la tasa de crecimiento de la población a lo largo de los últimos 5 años (2014-2018), el ingreso per cápita y el PEA real y porcentual tanto del Perú como de España, Estados Unidos y Argentina, a continuación, se harán presentes los indicadores:

Se puede observar que la tasa de crecimiento de la población peruana ha tenido un incremento constante entre los años 2014 – 2018, el ingreso per cápita disminuyó entre 2015 – 2017 con respecto al 2014 sin embargo para el año 2018 tuvo un aumento. Por otro lado, la población económicamente activa ha ido incrementando anualmente.

[19] El peruano. Decreto Supremo que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley N° 29090, Ley de Regulación de Habilitaciones Urbanas y de Edificaciones. https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-aprueba-el-texto-unico-ordenado-de-la-le-decreto-supremo-n-006-2017-vivienda-1491051-10/

[20] Miraflores (2018). Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA). Recuperado de https://www.miraflores.gob.pe/tupa/

Tabla 2

INDICADORES SOCIOECONÓMICOS DEL PERÚ (2014-2018)[21]

	2014	2015	2016	2017	2018
Población total	30,090,359	30,470,734	30,926,032	31,444,297	31,989,256
Tasa de crecimiento (%)[22]	1.34%	1.32%	1.32%	1.32%	1.32%
Ingreso per cápita	6,530	6,340	6,110	6,060	6,470
PEA Perú[23]	16 396.40	16 498.40	16 903.70	17 215.70	17 462.80
%PEA	72.30%	72.60%	72.20%	72.40%	72.30%

La población española ha tenido una lenta tasa de crecimiento entre los años 2014 – 2018, mientras que el ingreso per cápita tuvo un descenso entre 2016 y 2017. El PEA en este país ha tenido una caída hacia el año 2018.

Tabla 3

INDICADORES SOCIOECONÓMICOS DE ESPAÑA (2014-2018)[24]

	2014	2015	2016	2017	2018
Población total	46,480,882	46,444,832	46,483,569	46,593,236	46,723,749
Tasa de crecimiento (%)	-0.30%	-0.80%	0.08%	0.24%	0.28%
Ingreso per cápita	29,130	28,430	27,530	27,040	29,340
PEA España	23.142.240	23.057.305	23.019.668	22.924.651	22.863.498
%PEA	58,93%	58,83%	58,52%	58,11%	57,92%

En Estados Unidos el crecimiento poblacional se ha mantenido constante con un crecimiento aceptable del ingreso per cápita y la población económicamente activa se ha mantenido entre los años 2014 – 2018.

[21] BANCO MUNDIAL (2019) Grupo Banco Mundial. Recuperado de: (https://datos.bancomundial.org/)
[22] BANCO MUNDIAL (2019) Grupo Banco Mundial. Recuperado de: (https://datos.bancomundial.org/pais/peru?view=chart)
[23] INEI (2019) Instituto Nacional de Estadísticas e Informática. Recuperado de: (http://m.inei.gob.pe/)
[24] BANCO MUNDIAL (2019) Grupo Banco Mundial. Recuperado de: (https://datos.bancomundial.org/pais/espana?view=chart)

Tabla 4

INDICADORES SOCIOECONÓMICOS DE EE. UU (2014-2018) [25]

	2014	2015	2016	2017	2018
Población total	318.386.421	320.742.673	323.071.342	325.147.121	327.167.434
Tasa de crecimiento (%)	0.74%	0.73%	0.75%	0.75%	0.75%
Ingreso per cápita	55,830	56,720	57,160	59,030	63,080
PEA EE. UU	159.610.790	160.676.107	162.628.720	164.347.097	164.949.531
%PEA	62,89%	62,65%	62,79%	62,85%	62.87%

En los últimos años argentina ha tenido un leve incremento en la tasa de crecimiento, mientras que el ingreso per cápita se ha mantenido en una constante subida y bajada de ingresos. En el PEA se puede observar un incremento.

Tabla 5

INDICADORES SOCIOECONÓMICOS ARGENTINA (2014-2018)[26]

	2014	2015	2016	2017	2018
Población total	42.669.500	43.131.966	43.590.368	44.044.811	44.494.502
Tasa de crecimiento (%)	1.05%	1.03%	1.04%	1.04%	1.04%
Ingreso per cápita	12.350	12.600	12.220	13.120	12.390
PEA Argentina	19.062.763	19.403.124	19.726.497	20.049.817	20.525.061
%PEA	59,86%	60,15%	60,40%	60,64%	60,50%

[25] Banco mundial (2019) Grupo Banco Mundial. Recuperado de: (https://datos.bancomundial.org/pais/estados-unidos?view=chart)
[26] Banco mundial (2019) Grupo Banco Mundial. Recuperado de: (https://datos.bancomundial.org/pais/argentina?view=chart)

3.3.2 Balanza comercial: importaciones y exportaciones. Producto: Importaciones y exportaciones.

La balanza comercial es la diferencia entre las exportaciones menos las importaciones. En los años 2014 y 2015 las importaciones como se muestra en el siguiente cuadro superaron a las exportaciones, lo que quiere decir que en esos años hubo un déficit, ya que las importaciones fueron más.

Tabla 6

Balanza comercial de Perú (2014 - 2018).[27]

Años	2014	2015	2016	2017	2018
Exportaciones (millones US$)	38,459,300.00	33,376,200.00	36,040,000.00	44,237,900.00	47,708,800.00
Importaciones	39,969,500.00	36,041,900.00	34,312,300.00	37,829,700.00	41,104,800.00
Balanza comercial	-1,510,200.00	-2,665,700.00	1,727,700.00	6,408,300.00	6,603,900.00

En Estados Unidos pasa lo mismo, con la diferencia de que en este país como se ve en el cuadro, las importaciones superan a las exportaciones en todos los años propuestos, por ende, también existe un déficit.

Tabla 7

Balanza comercial de EE. UU. (2014- 2018).[28]

Años	2014	2015	2016	2017	2018
Exportaciones (billones de US$)	1,621	1,503	1,451	1,546	1,664
Importaciones (billones de US$)	2,41,	2,315	2,250	2,408	2,614
Balanza comercial (millones UD$)	- 792	- 812	- 799	- 862	-950

[27] INEI (2019). *Exportaciones e importacione*s. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/exportaciones-e-importaciones/6/

[28] Banco Mundial (2018). *Estados Unidos*. Recuperado de: https://datos.bancomundial.org/pais/estados-unidos

Tabla 8

Balance comercial Argentina. (2014 – 2018)[29]

Años	2014	2015	2016	2017	2018
Exportaciones (Millones de U$$)	177,640,513.80	176,567,577.60	180,493,660.35	179,023,974.15	180,007,203.45
Importaciones (Millones de U$$)	170,706,020.70	187,207,356.90	174,080,100.00	204,395,277.60	191,174,856.90
Balanza Comercial (Millones de U$$)	6,934,493.10	-10,639,779.30	6,413,560.35	-25,371,303.45	-11,167,653.45

Con respecto a España, pasa lo mismo que en Estados Unidos, las importaciones son mayores que las exportaciones en todos los años expuestos, por ende, también se ven afectos a un déficit.

Tabla 9

Balanza Comercial de España. (2014 – 2018)[30]

Años	2014	2015	2016	2017	2018
Exportaciones (millones US$)	324,533,000.00	282,274,000.00	289,981,000.00	319,531,000.00	345,166,000.00
Importaciones (millones US$)	358,860,000.00	311,851,000.00	310,921,000.00	351,981,000.00	388,044,000.00
Balanza comercial (millones US$)	-34,327,000.00	-29,577,000.00	-20,940,000.00	-32,450,000.00	-42,878,000.00

[29] Datos Macro (2018) *Argentina- Exportaciones de mercancías*. Recuperado de https://datosmacro.expansion.com/paises/argentina

[30] Datos Macro (2018). *España – Exportaciones de Mercancías*. Recuperado de https://datosmacro.expansion.com/comercio/exportaciones/espana

3.3.3 PBI, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país.

Todos los datos que se mostrarán a continuación fueron sacados del Banco Central de Reserva del Perú. Por parte de la tasa de inflación, esta decreció desde el 2016 al 2017 en un 1.8% a nivel nacional, luego de ese año creció en un 0.6% al 2018.

El BCRP, ha mantenido la tasa de interés de referencia en 2.75% desde marzo de 2018. Por parte del tipo de cambio, no ha alterado en lo que va de los meses. Eso es conveniente, ya que nuestro target son los turistas, es por ello que, al momento de ver nuestros costos e ingresos, estos tendrán mayor exactitud. En cuanto al riesgo del país hasta el 27 de marzo del 2019 fue de 1.10 puntos, este no tiene mucha variación es decir no habrá algún afecto.

Tabla 10

Indicadores Económicos de Perú (2014 – 2018).

Años		2014	2015	2016	2017	2018
PBI[31]		3.30%	3.90%	4.00%	2.50%	2.30%
Tasa de Inflación[32]		3.22%	4.40%	3.20%	1.40%	2.00%
Tasa de interés[33]	TAMN%	16.26%	16.26%	17.91%	15.78%	14.37%
	TAMEX%	7.60%	7.89%	7.46%	6.66%	7.85%
Tipo de cambio[34]		S/. 2.98	S/. 3.41	S/. 3.35	S/. 3.24	S/. 3.34
Riesgo país (Ptos.)		183.00	236.00	165.00	136.00	169.00

[31] Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). *PBI Trimestral*. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/pbi-trimestral/2/

[32] Banco Central de la Reserva. (2018). Reporte de Inflación. Recuperado de http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/reporte-de-inflacion.html

[33] Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2018). Tasa de interés promedio. Recuperado de http://www.sbs.gob.pe/estadisticas/tasa-de-interes/tasas-de-interes-promedio

[34] Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2018). Tipo de Cambio. Recuperado de http://www.sbs.gob.pe/estadisticas/tipo-de-cambio

3.4 Entorno Socio - cultural: Tendencias.

En el transcurso de los últimos años el entorno socio - cultural ha ido cambiando en distintos aspectos como:

Diversidad, interseccionalidad e inclusión cultural: Actualmente se ve a una generación Z y posteriores con posiciones más marcadas. De tal manera, que se han convertido en líderes de movimientos ya sea contra el sexismo u otros a fin de hacer prevalecer y respetar sus pensamientos. [35]

De tal forma que permitirá al hotel adoptar una postura inclusiva frente a los futuros huéspedes, esto quiere decir que no estará permitida la discriminación hacia una opción sexual, géneros, rasgos, etc.

La modernidad en los procesos diversos. [36]

Con respecto a Argentina, tiene una tendencia de consumo marcada con respecto a las edades y nivel sociocultural siendo las practicas digitales el ítem más solicitado.[37]

Por otro lado, España nos presenta un panorama con personas abiertas, cordiales y amantes de la vida social.[38] Y esto se debe a todas aquellas civilizaciones musulmanas, griegas, fenicias, romanas, entre otras, que han llegado a este país constituyéndolo como uno rico y variado y por lo cual actualmente existen distintas representaciones artísticas, festividades, gastronomía, entre otros.[39]

[35] Marketing director. *10 tendencias culturales, sociales y tecnológicas que tener muy en cuenta este 2018* https://www.marketingdirecto.com/especiales/recopilatorios-2017-tendencias-2018/10-tendencias-culturales-sociales-y-tecnologicas-2018

[36] Cambios culturales del Peru (2014). Recuperado de: https://centroderecursos.cultura.pe/sites/default/files/rb/pdf/CambiosculturalesenelPeru.pdf

[37] file:///C:/Users/Yane/Downloads/ENCC%202017%20Informe%20General.pdf

[38] http://www.ciaindumentaria.com.ar/plataforma/espana-etiqueta-cultural-y-de-negocios/

[39] https: //www.caracteristicas.co/espana/

3.5 Entorno Tecnológico: Tendencias

País	Tendencias Tecnológicas
Perú[40]	El gasto en TI a nivel mundial alcanzará los US$ 3.8 billones, un 2.8% más que la cifra destinada en el 2018.
España[41]	España se situó entre los 10 países de la Unión Europea donde no creció la inversión en tecnología, logrando solo el 4% del capital invertido en la región. Mientras tanto, los países líderes de la eurozona lograron posicionar a la UE muy por encima del nivel de financiación de la tecnología alcanzando en 2018. Los analistas calculan que en 2019 el mercado laboral de España logró subir desde los 308.500 desarrolladores hasta los 323.000. A pesar de que parece un avance, en realidad esto deja muchísimas vacantes libres en numerosas industrias, y especialmente en los puestos más difíciles de cubrir para los ingenieros de software.
EE. UU[42]	Facebook y Google recogen en torno al 60% de las ganancias de la publicidad digital y se 'tragan' el 90% del crecimiento del sector publicitario en Estados Unidos.
Argentina [43]	La plataforma que es un boom en la cuarentena sumó un nuevo escándalo que involucra a miles de usuarios.

3.6 Entorno Eco ambiental: Tendencias, normas.

Con respecto al entorno ambiental esta se ciñe a los parámetros de la actividad económica a realizar. Es decir, dentro del desarrollo de esta existe un cuadro de infracciones y sanciones por parte de CISA. La cual puede sancionar en caso de no acatar las disposiciones de la comuna.[44]

En el caso de Argentina, este país ha incorporado dentro de su legislación interna como marco normativo la protección del medio ambiente donde indica que todos sus

[40] Gestión (2019). *Conozca las tendencias de la tecnología para el 2019*. Recuperado de: https://gestion.pe/tecnololia/conozca-tendencias-tecnologia-2019-258878-noticia/
[41] Ittrends (2020*). El crecimiento de la inversión tecnológica en España se ralentizó en 2019. Recuperado de:* https://www.ittrends.es/actualidad/2020/01/el-crecimiento-de-la-inversion-tecnologica-en-espana-se-ralentizo-en-2019
[42] Gestión (2017). *Aumenta en EE.UU. debate sobre el creciente poder del sector tecnológico.* https://gestion.pe/tecnologia/aumenta-ee-uu-debate-creciente-sector-tecnologico-144114-noticia/
[43] Vía País (2020). L*a plataforma que es un boom en la cuarentena sumó un nuevo escándalo que involucra a miles de usuarios.* Recuperado de: https://viapais.com.ar/argentina/1682242-zoom-con-mas- problemas-miles-de-videollamadas-quedaron-expuestas-en-internet/
[44] El peruano (2020). *Ley que modifica la ley 29090, ley de regulación de habilitaciones urbanas y de edificaciones.* Recuperado de: https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-la-ley-29090-ley-de-regulacion-de-habilita-ley-n-30494-1410669-1/

habitantes gozan del derecho a un ambiente sano, equilibrado y apto para el desarrollo del ser humano.[45]

Por otro lado, el gobierno español estableció a reconocimiento constitucional el artículo 45 que permite el derecho al disfrute de un medio ambiente adecuado para el desarrollo de la persona, así como el deber de conservarlo. [46]

[45] *Gestión (2020). Marco normativo medio ambiental de Argentina. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Marco_normativo_medio_ambiental_de_Argentina*
[46] *CEREM (2020) International Business School. Recuperado de: https://www.cerem.pe/blog/estructura-de-la-legislacion-ambiental-en-espana*

Capitulo IV: Aspectos de Mercado

4.1 Investigación de Mercado

4.1.1 Investigación de mercado: Criterios de Segmentación y Marco Muestral.

La investigación estará conformada por hombres y mujeres, turistas extranjeros de los países de Estados Unidos, España y Argentina, en un rango de 25 a 45 años.

4.1.2 Tipos de Investigación.

4.1.2.1 Exploratoria: Entrevistas a profundidad a expertos en el tema.

Se entrevistaron a 3 expertos con la finalidad de obtener información sobre la industria hotelera.

4.1.2.1.1 Entrevista a experto de la industria hotelera:

Ocupación:

A. Objetivo General: Conocer e informarse acerca del sector hotelero en el Perú en los últimos 10 años.

Objetivos específicos:

1 Indagar sobre el desarrollo del sector hotelero en el Perú.
2 Analizar las nuevas tendencias en el rubro hotelero.
3 Conocer los medios comerciales más eficientes en la industria hotelera.
4 Evaluar los procesos internos de un hotel.
5 Obtener recomendaciones sobre experiencias previas en el rubro.

B. Guía de entrevista

Preguntas para romper el hielo.

1 ¿Cuánto tiempo lleva involucrado en el ámbito hotelero?
2 ¿Cuáles son los secretos para tener éxito en un negocio de este tipo?

OBJETIVO 1: Indagar sobre el desarrollo del sector hotelero en el Perú.

1 ¿Cuál es su opinión sobre el desarrollo del sector hotelero en el Perú en los últimos años?
2 ¿Cuál considera que es el mejor distrito de la capital para construir un hotel? ¿Por qué?

OBJETIVO 2: Analizar las nuevas tendencias en el rubro hotelero.

3 ¿Qué aspectos considera claves para lograr un negocio sustentable en la industria del turismo?

4 ¿Qué preferencias tienen los turistas extranjeros al seleccionar el hotel en donde se hospedará?
5 ¿Qué nuevas tendencias se han implementado en los hoteles los últimos años?

OBJETIVO 3: Conocer los medios comerciales más eficientes en la industria hotelera.

6 ¿Cuáles son las mejores herramientas de comunicación para promocionar el hotel?
7 ¿Qué estrategias debe implementar el área comercial de un hotel?

OBJETIVO 4: Evaluar los procesos internos de un hotel.

8 ¿Cómo se mantiene el óptimo funcionamiento de las operaciones del hotel?
9 ¿Cuenta con algún tipo de distintivo o certificación? ¿Con cuántos distintivos o certificaciones cuenta?
10 ¿Cuenta con programas de capacitación para su personal? ¿Cuál es el eje central de la capacitación?
11 ¿Cuenta con un manual de operación?

OBJETIVO 5: Obtener recomendaciones sobre experiencias previas en el rubro.

12 ¿Cuál ha sido el problema más grave que ha tenido que afrontar a nivel de operaciones? ¿De qué manera logro solucionarlo?
13 ¿Cómo ha resuelto alguna situación de problema o inconveniente con un huésped?

Nuestra idea de negocio es un hotel (4 estrellas) bajo un concepto ecológico, dirigido a turistas extranjeros solteros. En este hotel ofrecerá servicios que estarán distribuidos en las áreas comunes tales como: gimnasio, sauna con hidromasaje incluido, un bar y una sala de entretenimiento.

OBJETIVO 6: Obtener opinión profesional.

14 ¿Conoce algún hotel bajo este concepto (hotel para solteros)? ¿Qué es lo primero que piensa al oír “hotel para solteros”?
15 ¿Qué esperaría encontrar en el hotel para solteros?
16 ¿Considera que las actividades antes mencionadas van acordes con el concepto?

1. **Entrevista a experto de la industria hotelera: Jorge Cerna Hernández[47]**

Ocupación: Gerente de Operaciones de A & B en Hoteles de 5 estrellas / Coordinador académico en Isil.

A. Objetivo General: Conocer e informarse acerca del sector hotelero en el Perú en los últimos 10 años.

Objetivos específicos:

1 Indagar sobre el desarrollo del sector hotelero en el Perú.
2 Analizar las nuevas tendencias en el rubro hotelero.
3 Conocer los medios comerciales más eficientes en la industria hotelera.
4 Evaluar los procesos internos de un hotel.
5 Obtener recomendaciones sobre experiencias previas en el rubro.

B. Guía de entrevista

C. Conclusiones

Objetivo 1	• Miraflores, al tener un gran flujo de turistas por sus diversos espacios de recreación es un distrito muy asequible para la construcción de hoteles.
Objetivo 2	• Hoteles boutique son una de las últimas tendencias en la actualidad, sin embargo, podemos concluir que un turista extranjero siempre va a optar por hospedarse en un local que le brinde: seguridad, confort y tranquilidad, dejando un poco de lado el factor "precio" y las cercanías que pueda tener a su alrededor.
Objetivo 3	• Las agencias de viaje están perdiendo bastante prioridad al momento de ser elegida un medio de comunicación para captar clientes nuevos, no obstante, los contactos con las diferentes organizaciones se están convirtiendo en una pieza importantísima al momento de promocionar el hotel.
Objetivo 4	• Definitivamente el éxito de los procesos internos del hotel tiene como base una buena selección y capacitación constante de todo el personal. En el área de alimentos y bebidas la mayoría de los problemas son por los gustos y preferencias del cliente, es recomendable tener una carta variada de manera que abarque los distintos gustos. Intentar quedar bien con el cliente ofreciéndole más de lo que él solicita puede ser contraproducente, siempre dar dentro de lo correcto.

[47] https://www.youtube.com/watch?v=82kzX7vftHA&feature=youtu.be

Objetivo 5	• Finalmente, no se conoce un hotel bajo el concepto de “hotel para solteros”, la idea resulta ser muy interesante, las actividades mencionadas van acorde con el concepto de diversión además de hacer turismo.

Entrevista a experto de la industria hotelera: Ana Cecilia Patiña[48]

Ocupación: Dueña de los Hoteles MiraMar y Stefanos

A. Objetivo Conocer e informarse acerca del sector hotelero en el Perú en los últimos 10 años.

Objetivos específicos:

1 Indagar sobre el desarrollo del sector hotelero en el Perú.
2 Analizar las nuevas tendencias en el rubro hotelero.
3 Conocer los medios comerciales más eficientes en la industria hotelera.
4 Evaluar los procesos internos de un hotel.
5 Obtener recomendaciones sobre experiencias previas en el rubro.

B. Guía de entrevista

C. Conclusiones

Objetivo 1	• Si bien el turismo se ha desarrollado bastante en los últimos años aún falta explotar aún más sobre todo en el interior del país, a su vez podemos concluir que Miraflores es un distrito apto para poder albergar a turistas gracias a sus distintos atractivos y los rápidos accesos a distintos puntos de la capital.
Objetivo 2	• Por otro lado uno de los principales aspectos para este negocio es el buen trato con los pasajeros, hacerlos sentir como en casa brindándoles todas las facilidades para que obtengan una experiencia redonda, siempre de la mano con las nuevas tendencias tales como las redes sociales que hoy en día son en las que básicamente los clientes toman en cuenta al momento de elegir un lugar en donde hospedarse y por el lado de las estructuras se pueden observar acabados de primera calidad con habitaciones más reducidas.
	• Tener una página web atractiva es

[48] https://www.youtube.com/watch?v=9uuIZ9m_eAA&t=171s - https://www.youtube.com/watch?v=cpcCQ376m2I

Objetivo 3	una de las mejores herramientas para dar a conocerse, junto con el área de ventas debe estar muy atento para poder captar nuevos posibles clientes potenciales.
Objetivo 4	• Al poseer un equipo altamente capacitado, una rotación mínima de personal y una red de trabajadores externos ayuda a tener el éxito esperado al momento de buscar una solución ante cualquier inconveniente que se pueda presentar inesperadamente.
Objetivo 5	• Uno de los problemas más graves por los que el sector ha atravesado ha sido la situación actual, Covid-19, se ha podido sobrellevar implementando nuevos protocolos de seguridad básicamente siguiendo las constantes reglas que el estado ha impuesto. Por último, el proyecto es considerado como único en el rubro que se proyecta a ser un local súper moderno, minimalista y tecnológico, sin embargo, una recomendación muy importante es no centrarse solo en un segmento de clientes ya que este negocio es muy variable.

2. Entrevista a experto de la industria hotelera: Waldin Duran[49]

Ocupación: Gerente Comercial del hotel BTH

A. Objetivo Conocer e informarse acerca del sector hotelero en el Perú en los últimos 10 años.

Objetivos específicos:

1 Indagar sobre el desarrollo del sector hotelero en el Perú.
2 Analizar las nuevas tendencias en el rubro hotelero.
3 Conocer los medios comerciales más eficientes en la industria hotelera.
4 Evaluar los procesos internos de un hotel.
5 Obtener recomendaciones sobre experiencias previas en el rubro.

B. Guía de entrevista

C. Conclusiones

Objetivo 1	• El Perú se está volviendo un país conocido por su cultura, su gastronomía y el bienestar holístico que ofrece, estos tres puntos predominan para generar demanda en el sector turismo, por otro lado, se considera que Miraflores es el distrito con mayor demanda turística y corporativo por

[49] https://youtu.be/cjZShOFuUvk

	lo tanto es un distrito muy apto para la construcción de un hotel. Todo lo que permite generar experiencias antes, durante y después de la estadía es la nueva clave para lograr un negocio sustentable, las preferencias que tienen los turistas al momento de elegir un hospedaje, en los últimos años se están basando en los puntos céntricos donde puedan degustar nuestra gastronomía, otros aspectos y/o preferencias están enfocadas básicamente en las nacionalidades, y edades de cada uno.
Objetivo 2	• Hablando de tendencias el consumidor cada vez es más móvil, es decir, que esperan hacer tanto reservas de hospedaje como poder ordenar algún alimento y/o bebida desde un dispositivo móvil ya sea, un celular, una computadora, entre otros. Por lo que tener una página webs tan accesibles como sea posible y las aplicaciones son las tendencias que se están implementando últimamente.
Objetivo 3	• La mejor herramienta para promocionar el hotel que podemos tener hoy en día son las agencias virtuales en línea, estas pueden llegar a representar hasta en un 25% tus clientes. Además de tener una página web que brinde facilidades para todas las compras directas a través de ellas. Para lograr esto debemos determinar el factor económico de la ciudad ya que esta nos permite entender el nivel de demanda que se genera y que la tarifa a cobrar sea de acuerdo con el mercado.
Objetivo 4	• Respecto a los procesos internos se tiene un equipo y en cada una de las áreas tenemos un jefe que a su vez tiene una persona de apoyo, un líder o un subgerente, dependiendo de la magnitud del hotel. Se cuentan con certificaciones de BPM y también algunas a nivel comercial que son necesarias para estar en ciertos canales de venta; así como también se cuenta con la categorización que brinda MINCETUR para ser un hotel 4 estrellas. A todo el personal se le brindan capacitaciones de acuerdo con cada área, según el manual estándar con el que cuenta el hotel.
	• Sin duda alguna el problema del Covid-19 es el mayor problema por el cual hemos tenido que atravesar, lo estamos manejando de tal manera que nuestros

Objetivo 5	clientes mantengan la lealtad hacia nosotros, es decir facilitando las devoluciones o solucionando prudentemente cada una de las más de 150 reservas, incluso ya canceladas. Contamos con una estandarización de respuesta, sin embargo, las soluciones que se brindas son con criterio de acuerdo con cada queja o reclamo. Me agrada bastante la idea del nuevo concepto, pero pienso que el hotel va dirigido a un nicho muy cerrado, podría ser bueno o malo, creo que lo primordial seria evaluar si existe la suficiente demanda para cubrir las habitaciones que se va a vender, espera encontrar en este local distintas áreas de relajación, áreas de recreación y que el personal será jovial y comunicativo.

4.2 Demanda Presente (año cero 2020) y Futura (2021-2031)

Para la elaboración de la proyección de la demanda se ha usado el método de regresión lineal, cuyos datos históricos son del año 2009 al 2018. Para estimar la población de Estados Unidos y Argentina se ha optado por hacer una proyección del 2021 al 2031 y para España se usó el método de tasa intercensal que va del 2009 al 2018.

Tabla 11 [50]

Población Estados Unidos (2009-2018)

Estados Unidos		
Año	**x**	**Población (Y)**
2009	1	306,771,529.00
2010	2	309,326,085.00
2011	3	311,580,009.00
2012	4	313,874,218.00
2013	5	316,057,727.00
2014	6	318,386,421.00
2015	7	320,742,673.00
2016	8	323,071,342.00
2017	9	325,147,121.00
2018	10	327,167,434.00

Y = 304,722,418.53 + 2,270,915.88 X
R^2= 0.999578

*Nota: El R cuadrado, al estar cercano al 1 quiere decir que la aceptación es buena para el proyecto. Cifras elaboradas por el Banco Mundial

[50] Datos.bancomundial.org. (2018). Disponible en: https://datos.bancomundial.org/pais/estados-unidos

Tabla 12

Población Argentina (2009-2018)[51]

Argentina		
Año	**x**	**Población (Y)**
2009	1	40,482,788.00
2010	2	40,788,453.00
2011	3	41,261,490.00
2012	4	41,733,271.00
2013	5	42,202,935.00
2014	6	42,669,500.00
2015	7	43,131,966.00
2016	8	43,590,368.00
2017	9	44,044,811.00
2018	10	44,494,502.00

Y = 39,933,109.33 + 455,799.83 X
R^2 =

*Nota: El R cuadrado, al estar cercano al 1 quiere decir que la aceptación es buena para el proyecto. Cifras elaboradas por el Banco Mundial

Tabla 13

Población España (Intercensal)[52]

España	
Año	**Población (Y)**
2009	46,362,946.00
2018	46,723,749.00

$$Tg = \sqrt[9]{\frac{46{,}723{,}749.00}{46{,}362{,}946.00}} - 1$$

Tg=	0.0862%

En este cuadro se presenta la proyección de la población de los tres países más representativos desde los años 2021 hasta el 2031.

[51] Datos.bancomundial.org. (2018). Disponible en: https://datos.bancomundial.org/pais/Argetina
[52] Datos.bancomundial.org. (2018). Disponible en: https://datos.bancomundial.org/pais/España

Tabla 14

Población Proyectada (2021-2031)[53]

ESPAÑA		
Año	**X**	**Población (Y)**
2021	13	46,844,681
2022	14	46,885,061
2023	15	46,925,476
2024	16	46,965,926
2025	17	47,006,410
2026	18	47,046,930
2027	19	47,087,484
2028	20	47,128,074
2029	21	47,168,698
2030	22	47,209,357
2031	23	47,250,052

Elaboración: Propia

POBLACIÓN PROYECTADA			
Año	**X**	**Estados Unidos**	**Argentina**
2021	13	334,244,325	45,858,507
2022	14	336,515,241	46,314,307
2023	15	338,786,157	46,770,107
2024	16	341,057,073	47,225,907
2025	17	343,327,988	47,681,706
2026	18	345,598,904	48,137,506
2027	19	347,869,820	48,593,306
2028	20	350,140,736	49,049,106
2029	21	352,411,652	49,504,906
2030	22	354,682,568	49,960,706
2031	23	356,953,484	50,416,505

[53] Datos.bancomundial.org. (2018). Disponible en: https://datos.bancomundial.org

4.2.1 Estimación del Mercado Potencial

Se desarrolló en base a los datos la población de estos tres países, esta información fue extraída del Banco Mundial. La población proyectada se multiplica por el porcentaje de turistas que visitan el Perú[54], y mediante este procedimiento se obtendrá el mercado potencial para cada país.

Tabla 15

Mercado Potencial (2021 – 2031)[55]

MERCADO POTENCIAL												
	%	AÑOS PROYECTADOS										
Países	%País de residencia	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
EEUU	20%	66,848,865	67,303,048	67,757,231	68,211,415	68,665,598	69,119,781	69,573,964	70,028,147	70,482,330	70,936,514	71,390,697
ESPAÑA	5%	2,342,234	2,344,253	2,346,274	2,348,296	2,350,321	2,352,346	2,354,374	2,356,404	2,358,435	2,360,468	2,362,503
ARGENTINA	8%	3,668,681	3,705,145	3,741,609	3,778,073	3,814,537	3,851,001	3,887,464	3,923,928	3,960,392	3,996,856	4,033,320
TOTAL		72,861,801	73,354,468	73,847,137	74,339,807	74,832,480	75,325,154	75,817,830	76,310,507	76,803,187	77,295,868	77,788,551

Elaboración: Propia

4.2.2 Estimación del Mercado Disponible

Se calcula del total del mercado potencial multiplicado en este caso por tres filtros. Por parte del filtro 1 hay un 27% de personas que prefieren hospedarse en un hotel de cuatro estrellas, por parte del filtro 2 hay un 46% que deciden viajar solos, mientras que el filtro 3 nos menciona a que un 60% no tiene hijos.[56]

[54] PromPeru. TurismoIN. Recuperado de: https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Lugar%20visitado%20-%20Lima&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/41/tips/2611/PTE18Lima.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&peso=100940

[55] PromPeru. TurismoIN. Recuperado de: https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Lugar%20visitado%20-%20Lima&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/41/tips/2611/PTE18Lima.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&peso=100940

[56] PromPeru. TurismoIN. Recuperado de: https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Lugar%20visitado%20-%20Lima&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/41/tips/2611/PTE18Lima.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&peso=100940

Tabla 16

Mercado Disponible (2021 – 2031)[57]

MERCADO DISPONIBLE													
	FILTROS		2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Tipo de alejamiento 4*	F1	27%	5,429,661	5,466,375	5,503,089	5,539,802	5,576,516	5,613,230	5,649,945	5,686,659	5,723,373	5,760,088	5,796,803
Conformación del tipo de viaje (solos)	F2	46%											
Tenencia de hijos %	F3	60%											

Elaboración: Propia

4.2.3 Estimación del Mercado Efectivo

Para el mercado efectivo se multiplica el dato total del mercado disponible por el porcentaje de los lugares más visitados en Lima (Miraflores), el cual equivale a un 67%, este distrito es el más concurrido por los turistas extranjeros según PromPerú. Por otro lado, se introdujo un porcentaje del 10% el cual representa las visitas que se hacen en la Plaza Mayor de Lima y esto es debido a que los viajeros suelen elegir por hacer tours en los alrededores de esa zona según PromPerú, teniendo en cuenta esta información es que se optará por crear paquetes turísticos.[58]

Tabla 17

Mercado Efectivo (2021-2031)[59]

MERCADO EFECTIVO													
	FILTROS		2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Lugares más visitados en Lima	F4	7%	363,787	366,247	368,707	371,167	373,627	376,086	378,546	381,006	383,466	385,926	388,386

Elaboración: Propia

[57] PromPeru. TurismoIN. Recuperado de: https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Lugar%20visitado%20-%20Lima&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/41/tips/2611/PTE18Lima.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&peso=100940

[58] PromPeru. TurismoIN Recuperado de: https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Lugar%20visitado%20-%20Lima&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/41/tips/2611/PTE18Lima.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&peso=100940

[59] PromPeru. TurismoIN Recuperado de: https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Lugar%20visitado%20-%20Lima&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/41/tips/2611/PTE18Lima.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&peso=100940

4.2.4 Estimación del Mercado Objetivo

Se halló el mercado objetivo multiplicando el mercado efectivo por la tasa del mercado objetivo. La tasa equivale al 0.15%, ya que el hotel será una empresa nueva, por ende, se estima tener para los primeros años este porcentaje. A partir del año 2 tendremos una tasa de crecimiento de forma aritmética del 5%.

Tabla 18

Mercado Objetivo (Aritmético) (2021 – 2031)

MERCADO OBJETIVO (ARITMÉTICO)											
AÑOS	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**	**2027**	**2028**	**2029**	**2030**	**2031**
Participación del mercado	0.15%	0.20%	0.25%	0.30%	0.35%	0.40%	0.45%	0.50%	0.55%	0.60%	0.65%
TOTAL	546	732	922	1,114	1,308	1,504	1,703	1,905	2,109	2,316	2,525

Fuente: Elaboración Propia

4.2.5 Cuantificación anual de la demanda

Tabla 19

Frecuencia de visita promedio [60]

Frecuencia de visita promedio	**Frecuencia**	**N° de días**
Veces	Porcentaje	Promedio
1	62%	0.62
2 a más	38%	0.76
Frecuencia promedio al año	**100%**	**1.38**

[60] PromPeru. TurismoIN. Recuperado de: https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Lugar%20visitado%20-%20Lima&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/41/tips/2611/PTE18Lima.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&peso=100940

Tabla 20

Frecuencia de visita de turistas anualmente (2021 – 2031)

Año	Mercado objetivo	Frecuencia de visita promedio por año	Visitas al año
2021	546		546
2022	732		732
2023	922		922
2024	1,114		1,114
2025	1,308		1,308
2026	1,504	1.00	1,504
2027	1,703		1,703
2028	1,905		1,905
2029	2,109		2,109
2030	2,316		2,316
2031	2,525		2,525

Tabla 21

Cantidad de visitas recibidas al año

N° visitas	Frecuencia en días	N° de días	N° visitas al año
Anualmente	360	5	72

Nota: Un turista, se queda en promedio 5 días [61]

Tabla 22

Capacidad máxima anual de personas por habitación

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Mercado efectivo	363,787	366,247	368,707	371,167	373,627	376,086	378,546	381,006	383,466	385,926	388,386
Tasa de participación	0.15%	0.20%	0.25%	0.30%	0.35%	0.40%	0.45%	0.50%	0.55%	0.60%	0.65%

Frecuencia promedio de visitas	1.38

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
SERVICIOS DE ALOJAMIENTO	753	1,011	1,272	1,537	1,805	2,076	2,351	2,629	2,911	3,195	3,484
Habitaciones simples (60%)	452	607	763	922	1,083	1,246	1,410	1,577	1,746	1,917	2,090
Habitaciones suites (40%)	301	404	509	615	722	830	940	1,052	1,164	1,278	1,394

Elaboración propia

[61] PromIdPeru. Perfi extranjeros. Recuperado de: https://www.promidperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads_perfiles_extranjeros_40_Book_PTE_2017_FINAL.pdf

4.2.5.1 Programa de Ventas Anual en unidades físicas por tipo de producto y/o servicio.

Tabla 23

Duración de paquetes promedio (2021 – 2031) – 2 paquetes

DURACIÓN DE HABITACIONESPROMEDIO 2021-2031			
	Preferencias %		
Años	SUITES	SIMPLES	TOTAL
	40%	60%	
2021	218	327	546
2022	293	439	732
2023	369	553	922
2024	445	668	1,114
2025	523	785	1,308
2026	602	903	1,504
2027	681	1,022	1,703
2028	762	1,143	1,905
2029	844	1,265	2,109
2030	926	1,389	2,316
2031	1,010	1,515	2,525

Elaboración: Propia

Tabla 24

Programa de ventas anual en unidades físicas por habitación (2021-2031)

Programa de ventas (habitación)	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
N° de habitación	546	732	922	1,114	1,308	1,504	1,703	1,905	2,109	2,316	2,525

Tabla 25

Programa de ventas anual en unidades físicas por persona (2021-2031)

Programa de ventas (habitación)	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
N° de persona	546	732	922	1,114	1,308	1,504	1,703	1,905	2,109	2,316	2,525

4.2.5.2 Programa de ventas del primer año (2021), en porcentajes y unidades físicas, desagregando en forma mensual, por tipo de producto y/o servicio.

Para calcular el programa de ventas, por mes se multiplicó el mercado objetivo por el porcentaje de estacionalidad. Luego el programa de ventas anual por el porcentaje de estacionalidad de cada mes. Como es un hotel nuevo, se toma como consideración adicional un “castigo” los cinco primeros meses de ventas, es por ello que en el primer mes tendremos un 50%, en el segundo 40%, en el tercero 30%, en el cuarto 20% y finalmente en el quinto 10%. Los meses restantes se ajustarán de acuerdo con el pronóstico de ventas.

Tabla 26

Programa de Ventas por Paquetes según habitación para el año 2021

PROGRAMA DE PAQUETES SEGÚN PERSONAS POR MESES PARA EL PRIMER AÑO, 2021													
(Expresado en número de personas)													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
% de venta	8.34%	8.34%	6.00%	8.34%	8.34%	9.00%	9.00%	8.34%	8.34%	8.34%	8.34%	9.00%	100%
Estacionalidad castigada %	4.17%	5.00%	4.20%	6.67%	7.51%	9.00%	9.00%	8.34%	8.34%	8.34%	8.34%	9.00%	88%
Habitaciones simples (5D/4N)	9	11	9	15	16	20	20	18	18	18	18	20	192
Habitaciones suites (5D/4N)	14	16	14	22	25	29	29	27	27	27	27	29	288
TOTAL	23	27	23	36	41	49	49	46	46	46	46	49	480

Elaboración: Propia

4.2.5.3 Programa de ventas del segundo al quinto año (2022 al 2031), en porcentajes, desagregado en forma mensual.

Tabla 27

Programa de Ventas por Paquetes según habitación por meses del 2022 al 2031

PROGRAMA DE VENTAS DE PAQUETES SEGÚN PERSONAS DEL 2022 AL 2031										
(Expresado en número de personas)										
Paquete	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Habitaciones simples (5D/4N)	190	321	387	455	524	593	663	734	806	879
Habitaciones suites (5D/4N)	382	481	581	683	785	889	994	1101	994	1318
TOTAL	572	802	969	1138	1309	1482	1657	1835	1800	2196

Elaboración: Propia

4.3 Microentorno (2019)

4.3.1 Competidores actuales: nivel de competitividad

El nivel de competitividad en el rubro hotelero es alto ya que hay una gran variedad de establecimientos hoteleros, a pesar de no ser todos de la misma categoría muchos de ellos son semejantes. MINCETUR muestra que en Miraflores se puede encontrar hasta 13 hoteles 4 estrellas.[62]

Como competidores directos se ha identificado a estos tres hoteles debido a la propuesta de valor que tienen hacia sus consumidores. Estos tres hoteles se encuentran en el mismo lugar geográfico que el hotel de este proyecto. Además de ello el costo y los servicios a ofrecer, aunque son similares, no son los mismos. Se considera por ello que el nivel de competitividad con ellos es alto.

[62] Municipalidad de Miraflores. Recuperado de: https://www.miraflores.gob.pe/Gestorw3b/files/pdf/6755-8938-hoteles_mincetur.pdf

BTH	Radisson Red Miraflores	Courtyard by Marriott
Una exquisita relación entre el espacio y la persona. Un nuevo estilo boutique que escapa de lo convencional en nuestras exclusivas habitaciones, diseñadas con esa vanidad que evoca infinitas emociones. Nada mejor que disfrutar un relajante baño en una amplia tina hidromasajes, liberar el estrés del día a día con un exfoliante baño de vapor, o tal vez sentir el calor de un sauna para eliminar toxinas y finalmente descansar en una habitación 100% hipo alergénico.	Este hotel ubicado en Miraflores está inspirado en una arquitectura contemporánea. Es un hotel petfriendly lo cual lo hace aún más atractivos para los turistas que desean viajar con sus mascotas claro que solo están permitidas las mascotas domesticas como el perro y el gato y ellos también recibirían un trato de huéspedes por la tarifa de 30$ por noche. Este hotel cuenta con servicios como desayuno, gimnasio, wifi, sala de juegos y el espacio para las mascotas.	Con una ubicación privilegiada en el distrito de Miraflores, el Courtyard Lima Miraflores le ofrece el mejor alojamiento y servicio durante su estadía en Lima. Nuestro hotel en Miraflores, Los viajeros de negocios apreciarán nuestros escritorios bien iluminados y sillas ergonómicas además de internet inalámbrico de alta velocidad gratuito

La rivalidad de estos es alta, ya que ofrecen servicios y paquetes turísticos similares y al haber más tiempo en el mercado, las personas solteras tienen más opciones para elegir el hospedaje en el que desean estar.

4.3.2 Fuerza negociadora de los clientes

La fuerza negociadora de los clientes es alta, ya que actualmente el hotel se encuentra en un entorno de mercado exigente debido a que, existen múltiples criterios como; el concepto de servicio, la salubridad, la calidad de atención, entre otros, los cuales son solicitados por los consumidores a fin de cubrir sus expectativas. Aunque puedan existir situaciones que se presenten y haga la negociación más flexible. Esta por lo general siempre será alta.

4.3.3 Fuerza negociadora de los proveedores

Se dividirá en dos puntos: por parte del alojamiento y por parte del resto bar. Se cree que al ser un hotel nuevo en el mercado se tiene que cumplir con normas y altos estándares de calidad para este segmento (turistas extranjeros solteros), los proveedores si tendrán una fuerza negociadora alta. No obstante, cabe mencionar, que para los próximos años esta fuerza irá bajando, puesto que conforme pasen los años de operación, el hotel se hará más conocido en el mercado, y eso conllevará a tener mejores beneficios.

Por parte del resto bar, no es una fuerza negociadora alta, puesto que existen muchas empresas que venden más de lo mismo (platos nacionales como internacionales) y en el tema de las bebidas alcohólicas y no alcohólicas pasa exactamente igual. En consecuencia, al contar con estos factores uno como empresa tiene la opción de escoger al que mejor le convenga para su negocio.

4.3.4 Amenaza de productos sustitutos

Los productos sustitutos se consideran una amenaza alta, actualmente existe una gran oferta de establecimientos hoteleros con características similares en el servicio, con precios variados de acuerdo con el segmento de clientes. Especialmente en Miraflores al ser uno de los distritos más visitados de la capital 67% según INEI tanto de turistas nacionales como de extranjeros. Los hoteles categorizados de 4 estrellas representan un 27% en Lima[63] por lo que se considera que la amenaza de productos sustitutos es alta. No obstante, la prima de este hotel es la innovación constante a fin de que el valor agregado de este sea aún más atractivo.

4.3.5 Competidores potenciales barreras de entrada

En el rubro hotelero hay una alta demanda por lo que, ingresar a este mercado y posicionarse es una barrera de entrada alta. Sin embargo, existen muchos modelos de negocio hoteleros que son altamente atractivos para el consumidor y lo cual hace que los hoteles tengan una mejor aceptación y reconocimiento. En el caso de Jikisinkama, no existe aún un modelo de negocio igual a ese por lo que, no se tiene un competidor directo que ofrezca la misma propuesta de valor por lo que la barrera de entrada no es alta.

---

[63] INEI. Recuperado de: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1483/cap22/cap22.pdf

Capítulo V: Plan de Comercialización

5.1 Estrategias específicas de lanzamiento del producto

El plan de marketing se determinará en tres fases dentro del periodo de los 10 años:

FASE A	FASE B	FACE C
Esta etapa abarca los primeros 3 años de lanzamiento los cuales dado por la coyuntura actual mundial la estrategia a desarrollar estará basada en el posicionamiento de la marca para así poder captar mayor atención esta se basará en lo que necesitan los clientes, que es lo que se distingue de la competencia, así como un benchmarking a nuestra competencia. El posicionamiento para implementar será basado en nuestros atributos, el concepto diferenciado que se tiene como hotel y las cualidades que posee hospedarse en él. Se implementarán tácticas digitales en social media y web a fin de captar la atención de más clientes.	Esta fase que consta de los tres años siguientes se basará en la penetración de mercado la cual tendrá como objetivo a que la empresa pueda crecer más sin dejar de lado las necesidades reales de los futuros clientes. La estrategia de penetración será a través de los esfuerzos de promoción. Se desarrollarán mayores promociones como el desarrollo de una oferta por un tiempo limitado.	La fase de la fidelización, ya que después de seis años en el mercado ya contaremos con una cartera de clientes los cuales, por medio de diferentes tácticas se establecerán relaciones cercanas y perdurables. Esta se aplicará con la fuente de base de datos y con ella poder reconocer a los principales clientes, con los cuales se podrán aplicar beneficios diferenciadores como un programa de puntos, entre otros.

Fuente: Elaboración propia

5.2 Mezcla de Marketing

5.2.1 Producto

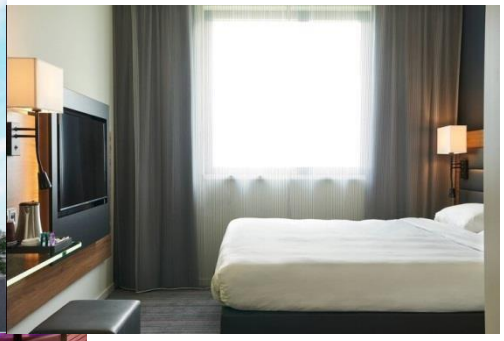
El servicio será un hotel, “JIKISINKAMA” significa “hasta nuestro próximo encuentro” tiene como slogan “Trabaja duro y diviértete duro. Todo el día y toda la noche”. El logo, que a la vez es el nombre del hotel, tiene como colores el negro que significa elegancia y sobriedad; y el color guinda como un color potente, llamativo y asociado con amor. Este hotel estará dirigido a solteros el cual tendrá distintos tipos de habitaciones los cuales serán diseñados para cubrir las necesidades de los clientes.

Contará con aspectos atractivos basados en el diseño minimalista sostenible, toda la iluminaria de las estructuras será a través de fuentes ecológicas (paneles solares), obteniendo un modelo de ahorro de energía y logrando ser aún más una empresa socialmente responsable, cumpliendo los objetivos inclusivos.

Por otro lado, a fin de continuar con las acciones sostenibles se utilizará mecanismos para poder reducir la huella de carbono del planeta, con la finalidad de no contaminar el medio ambiente y posterior a ello, tratar de maximizar los recursos y así poder generar un impacto positivo. Adicionalmente, el hotel desarrollará actividades y servicios complementarios que harán que la hospitalidad sea la más placentera posible.

Marca, nombre y slogan	 "*Trabaja duro y diviértete duro. Todo el día y toda la noche"*
Colores	El patrón de colores en CMYK: #6b180e #bb8a31

Logo del hotel Jikisinkama



Este sería el prototipo de nuestro edificio ubicado en Miraflores el cual tendrá espacios minimalistas y eco sostenibles.

5.2.2 Precio

La estrategia de precio a implementar será en la tendencia del mercado. No obstante, se aplicarán estrategias de descuento como por volumen, pronto pago y por promoción a fin de captar más consumidores del servicio.

VOLUMEN: En lima hay eventos de gran magnitud, donde asisten diferentes agremiaciones de otros países. Por lo tanto, una de las estrategias por volumen que se aplicará sería un descuento a grupos mayores de 5 personas con el 15% de descuento en su estadía.

PRONTO PAGO: Al cliente que haga sus reservaciones con anticipación, se le brindará en su próxima estadía un tour de cortesía a su elección.

PROMOCIONES: Se empezará a operar en el año 2021 y en enero no hay muchas festividades. Sin embargo, en febrero están los Carnavales en Cajamarca donde se ofrecerá un descuento del 30% en los paquetes para esa temporada. Además, en los días de otras celebridades en el Perú por usar una prenda que represente aquella celebración obtendrá una sesión de una hora en el SPA. A continuación, se mostrará un cuadro comparativo de los de competidores

BTH HOTEL	Radisson Red Miraflores	Dazzler by Wyndham	Aloft Marriot Hotel
Este hotel ubicado en el distrito de San Borja es uno de los más solicitados por los consumidores quienes se ven atraídos por su temática artística contemporánea y su precio asciende a los s/337 soles la noche.	Cuenta con una ubicación céntrica e instalaciones cómodas para los clientes, está calificado como uno de los mejores dentro de su categoría y su tarifa es de USD 85.50	Ubicado en San Isidro, cuenta con diferentes ambientes dentro de su locación y el más solicitado su centro de hidromasaje su precio por noche es de s/316 soles.	Con una vista increíble y grandes espacios comunes se encuentra ubicada en Miraflores y el costo por noche es de s/344 soles

5.2.3 Plaza

La ubicación es en el distrito de Miraflores, ya que es un lugar céntrico y de gran afluencia al segmento al que se dirigirá. A su vez, es uno de los distritos más reconocidos por la vida nocturna activa que es uno de los atractivos de los clientes.

Por lo que la estrategia de distribución será selectiva, pues el hotel se asociará con determinadas agencias de turismo presenciales que tengan afinidad con la marca a fin de poder llegar al público objetivo esperado.

5.2.4 Promoción

Como actualmente es una era digital, la promoción y publicidad se realizaría a través de estrategias de Marketing digital por medio de las fuentes de tráfico que son las redes sociales (Facebook e Instagram), e - mailyng y la plataforma web la cual tendrá un diseño amigable a fin de tener un fácil acceso.

5.2.5 Personas

La estrategia de personas a implementar será crear una fuente de vínculo entre la marca y el consumidor a fin de reforzar la relación en el largo plazo. Esta variable será aplicada a nivel emocional estratégico.

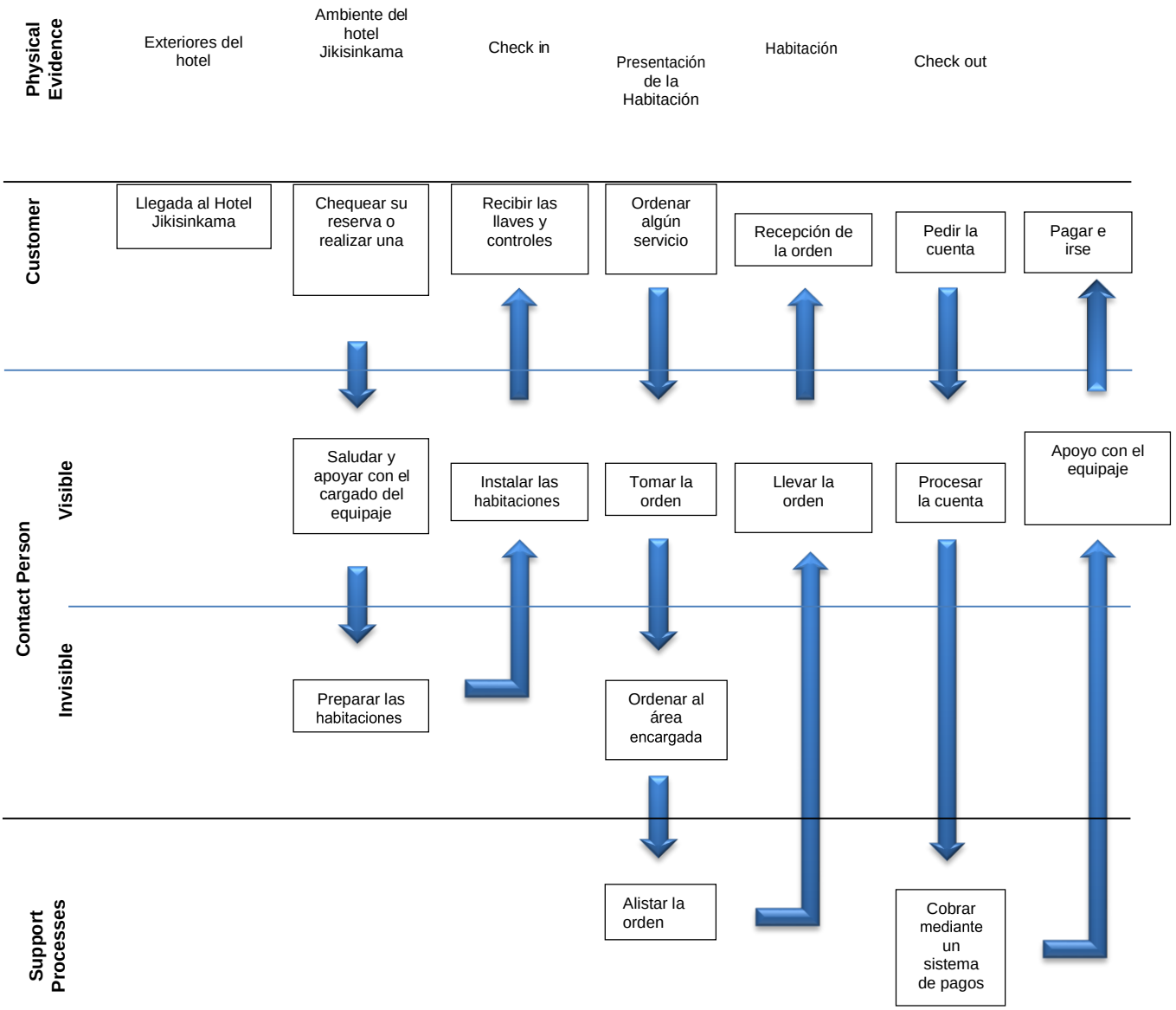
5.2.6 Evidencia física

El punto de ubicación del hotel será en Miraflores. No obstante, se contará con aliados (agencias de viaje, otros) ubicados en puntos como San Isidro, Miraflores y el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez los cuales serán transmisores de información. Por otro lado, si el consumidor desea un contacto directo lo puede realizar a través de los medios digitales.

5.2.7 Procesos

Si bien el proceso de reserva, contacto entre otros estará disponible por medio de plataformas digitales. También se habilitará la atención personas y vía telefónica para aquellos consumidores que lo deseen. Los empleados contarán con constantes capacitaciones a fin de reforzar los procesos generales y específicos con el trato hacia los huéspedes.

b) Diagrama de flujo de procesos de comercialización



Capítulo VI: Aspectos Técnicos

6.1 Tamaño del Proyecto: Capacidad instalada de maquinarias y equipos. Tamaño Normal, Tamaño Máximo, Porcentaje de utilización de la capacidad instalada.

TABLA Nº28

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Demanda anual	480	572	802	969	1138	1309	1482	1657	1835	1800	2196
Demanda mensual	40	48	67	81	95	109	124	138	153	150	183
Capacidad de alojamiento	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
% de ocupación	60%	62%	65%	70%	74%	77%	81%	84%	87%	90%	91%

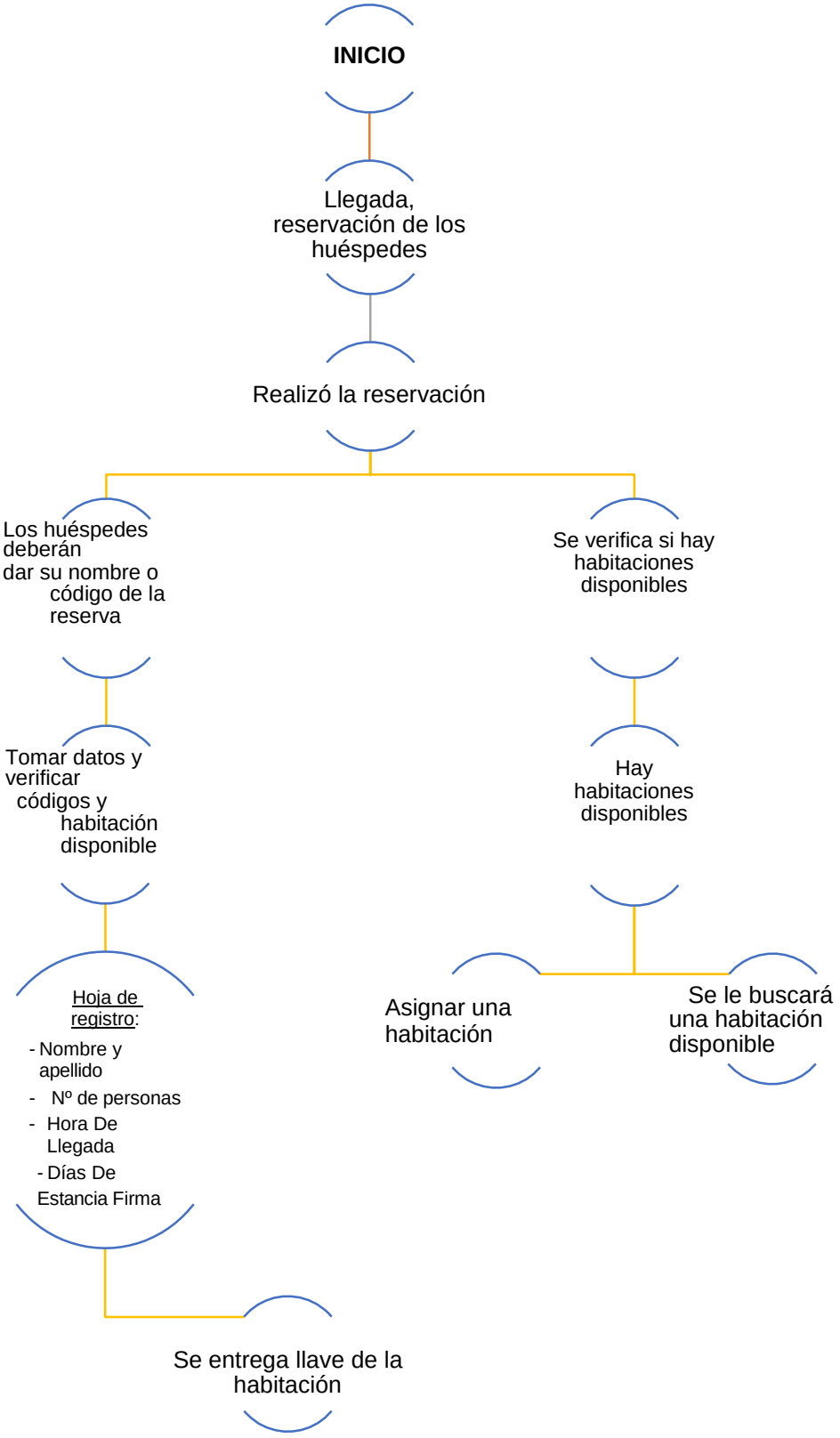
Capacidad instalada, capacidad máxima y % de utilización

Elaboración propia

La demanda anual se basa en el programa de ventas hallado en el capítulo IV para los años 2021 al 2031.

6.2 Procesos

6.2.1 Diagrama de flujo de Procesos de Producción. Descripción.



6.2.2 Programa de producción (2020-2031)

Tabla 29

Programa de Producción (2020-2031)

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Número de habitaciones	480	572	802	969	1138	1309	1482	1657	1835	1800	2196

Elaboración propia

6.2.3 Relación de materias primas e insumos a utilizar, consumos por producto.

Tabla 30

Relación de materias primas e insumos a utilizar[64]

	Precio unitario
Amenities	
Jabón cremoso, envoltura papel transparente (20gr)	S/. 0.70
Shampoo tapa plana (30ml)	S/. 0.80
Acondicionador tapa plana (30ml)	S/. 0.80
Papel higiénico	S/. 0.60
Frigobar	
Lata de Coca-Cola	S/. 3.50
Agua C/G	S/. 1.50
Agua S/G	S/. 1.50
Corona	S/. 5.00
Chocolate M&M	S/. 4.20
Galleta soda light	S/. 0.70
Materia prima	
Conjunto de sábana y edredón (simple)	S/. 80.00
Conjunto de sábana y edredón (Queen)	S/. 100.00
Almohadas	S/. 30.00
Toalla (chica y grande)	S/. 60.00

Elaboración propia

Se considera un producto por cada habitación. 50 simples y 10 suites.

[64] SODIMAC. Recuperado de: https://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/

6.2.4 Programa de compras de materias primas e insumos (2020-2031)

Este punto será mencionado en la parte de inversiones

6.2.5 Requerimiento de mano de obra (2020-2031)

Tabla 31

Requerimiento de mano de obra (2020-2031)

Cargo	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Administrador	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Jefe de ventas y marketing	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Jefe de Recursos Humano	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Botones	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Recepcionista	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Operario de sistemas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Mantenimiento de limpieza	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Cuartelero	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
TOTAL	**15**	**15**	**15**	**15**	**15**	**15**	**15**	**15**	**15**	**15**	**15**

Elaboración propia

6.3 Tecnología para el proceso

6.3.1 Maquinarias[65]

6.3.2 Equipos[66][67]

6.3.3 Herramientas[68]

Tabla 32

Equipamiento habitaciones simples

50 HABITACIONES SIMPLES	FUENTE	CANTIDAD	COSTO S/IGV	IGV	COSTO C/IGV
Persiana	SODIMAC	50	S/.8,475	S/.1,525	S/.10,000
Set de cama simple + base	PROMART	50	S/.10,593	S/.1,907	S/.12,500
Ropero 1 Puerta	SODIMAC	50	S/.6,356	S/.1,144	S/.7,500
Focos led (Hab y Baños)	PROMART	150	S/.3,559	S/.641	S/.4,200
Combo lavadero + inodoro+ pedestal	PROMART	50	S/.14,831	S/.2,669	S/.17,500
Columna de ducha vidrio negra	SODIMAC	50	S/.16,949	S/.3,051	S/.20,000
Espejo de baño	PROMART	50	S/.3,390	S/.610	S/.4,000
Velador (dos cajones)	SODIMAC	50	S/.3,814	S/.686	S/.4,500
Colgadores de ropa de madera (4 por hab) x Set (8C)	SODIMAC	200	S/.273	S/.49	S/.322
Frigo bar	RIPLEY	50	S/.12,712	S/.2,288	S/.15,000
Enchufe triple de pared	SODIMAC	100	S/.2,542	S/.458	S/.3,000
Cabecera tapizada	RIPLEY	50	S/.12,712	S/.2,288	S/.15,000
Puerta con cierre magnético	SODIMAC	100	S/.7,627	S/.1,373	S/.9,000
Lunas anti sonido	SODIMAC	100	S/.25,424	S/.4,576	S/.30,000
Tacho de metal	SODIMAC	50	S/.2,500	S/.450	S/.2,950
Set de accesorio de baño	SODIMAC	50	S/.4,237	S/.763	S/.5,000
Lámpara	SODIMAC	50	S/.1,271	S/.229	S/.1,500
Foco led (Lámpara)	SODIMAC	50	S/.636	S/.114	S/.750
Calefacción	RIPLEY	50	S/.5,466	S/.984	S/.6,450
Interruptor doble	PROMART	100	S/.1,695	S/.305	S/.2,000
Televisor 32''	SODIMAC	50	S/.25,381	S/.4,569	S/.29,950
Teléfono inalámbrico	CLARO	50	S/.5,466	S/.984	S/.6,450
TOTAL			**S/.175,908**	**S/.31,664**	**S/.207,572**

[65] SODIMAC. Recuperado de: https://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/

[66] RIPLEY. Recuperado de: https://simple.ripley.com.pe/

[67] CLARO. Recuperado de: https://www.claro.com.pe/personas/

[68] PROMART. Recuperado de: https://www.promart.pe

Tabla 33

Equipamiento habitaciones suites

10 HABITACIONES SUITES	FUENTE	CANTIDAD	COSTO S/IGV	IGV	COSTO C/IGV
Persiana	SODIMAC	10	S/. 1,695	S/. 305	S/. 2,000
Set de cama (Queen) + base	PROMART	10	S/. 1,695	S/. 305	S/. 2,000
Ropero 2 puertas	SODIMAC	10	S/. 1,695	S/. 305	S/. 2,000
Foco led (Hab y Baños)	PROMART	30	S/. 712	S/. 128	S/. 840
Combo lavadero + inodoro+ pedestal+tina	PROMART	10	S/. 4,661	S/. 839	S/. 5,500
Cabina de ducha redonda + columna hidromasaje de fibra	SODIMAC	10	S/. 5,085	S/. 915	S/. 6,000
Espejo de baño	PROMART	10	S/. 678	S/. 122	S/. 800
2 Veladores	SODIMAC	20	S/. 3,051	S/. 549	S/. 3,600
Colgadores de ropa de madera (6 por hab)	SODIMAC	60	S/. 82	S/. 15	S/. 97
Frigo bar	RIPLEY	10	S/. 2,966	S/. 534	S/. 3,500
Enchufe triple	SODIMAC	20	S/. 508	S/. 92	S/. 600
Cabecera tapizada	RIPLEY	10	S/. 2,542	S/. 458	S/. 3,000
Puerta con cierre automático	SODIMAC	20	S/. 1,525	S/. 275	S/. 1,800
Lunas anti sonido	SODIMAC	20	S/. 5,085	S/. 915	S/. 6,000
Tacho de metal	SODIMAC	10	S/. 500	S/. 90	S/. 590
Set de accesorio de baño	SODIMAC	10	S/. 847	S/. 153	S/. 1,000
Lámpara	SODIMAC	20	S/. 508	S/. 92	S/. 600
Foco led (Lámpara)	SODIMAC	20	S/. 254	S/. 46	S/. 300
Calefacción	RIPLEY	10	S/. 1,093	S/. 197	S/. 1,290
Escritorio + Silla de escritorio	SODIMAC	10	S/. 2,966	S/. 534	S/. 3,500
Interruptor doble	PROMART	20	S/. 339	S/. 61	S/. 400
Televisor 32"	SODIMAC	10	S/. 5,076	S/. 914	S/. 5,990
Teléfono inalámbrico	CLARO	10	S/. 1,093	S/. 197	S/. 1,290
TOTAL			**S/. 44,658**	**S/. 8,038**	**S/. 52,697**

Tabla 34

Equipamiento del área de Lobby

ÁREA DE LOBBY	FUENTE	CANTIDAD	COSTO S/IGV	IGV	COSTO C/IGV
Combo lavadero + inodoro+ pedestal	SODIMAC	6	S/. 1,780	S/. 320	S/. 2,100
Espejo de baño	SODIMAC	6	S/. 407	S/. 73	S/. 480
Tacho de metal	SODIMAC	6	S/. 300	S/. 54	S/. 354
Juego de muebles (6 x 2P)	SODIMAC	5	S/. 1,695	S/. 305	S/. 2,000
Zona de vestíbulo	SODIMAC	1	S/. 254	S/. 46	S/. 300
Silla de escritorio	SODIMAC	1	S/. 85	S/. 15	S/. 100
Set de cómputo HP	RIPLEY	1	S/. 1,440	S/. 259	S/. 1,699
Impresora HP	RIPLEY	1	S/. 339	S/. 61	S/. 400
Impresora EPSON	RIPLEY	1	S/. 763	S/. 137	S/. 900
Mesa de centro	SODIMAC	6	S/. 763	S/. 137	S/. 900
Cuadros	SODIMAC	10	S/. 254	S/. 46	S/. 300
Floreros	SODIMAC	6	S/. 153	S/. 27	S/. 180
Focos led	SODIMAC	10	S/. 237	S/. 43	S/. 280
Enchufe triple	SODIMAC	2	S/. 51	S/. 9	S/. 60
Teléfono inalámbrico	SODIMAC	3	S/. 328	S/. 59	S/. 387
Interruptor doble	SODIMAC	2	S/. 34	S/. 6	S/. 40
Calefacción	SODIMAC	2	S/. 219	S/. 39	S/. 258
TOTAL			**S/. 9,100**	**S/. 1,638**	**S/. 10,738**

Tabla 35

Equipamiento del área de Eventos

ÁREA DE EVENTOS	FUENTE	CANTIDAD	COSTO S/IGV	IGV	COSTO C/IGV
Mesa de billar	SODIMAC	1	S/. 2,119	S/. 381	S/. 2,500
Mesa de póker	SODIMAC	1	S/. 1,695	S/. 305	S/. 2,000
Mesa de ping pong	SODIMAC	1	S/. 1,441	S/. 259	S/. 1,700
Jenga gigante de madera concreta	SODIMAC	1	S/. 339	S/. 61	S/. 400
Mesas de futbolín	SODIMAC	1	S/. 593	S/. 107	S/. 700
Mesa de sapito estándar	SODIMAC	1	S/. 424	S/. 76	S/. 500
Interruptor doble	SODIMAC	1	S/. 17	S/. 3	S/. 20
Enchufe triple	SODIMAC	4	S/. 102	S/. 18	S/. 120
Focos led	SODIMAC	4	S/. 95	S/. 17	S/. 112
Tacho de metal	SODIMAC	1	S/. 50	S/. 9	S/. 59
Juego de muebles (7 x 3P)	SODIMAC	8	S/. 2,712	S/. 488	S/. 3,200
TOTAL			**S/. 9,586**	**S/. 1,725**	**S/. 11,311**

Tabla 36

Equipamiento del Gimnasio

GIMNASIO	FUENTE	CANTIDAD	COSTO S/IGV	IGV	COSTO C/IGV
Trotadora eléctrica	SONICO FITNESS	2	S/. 1,439	S/. 259	S/. 1,698
Bicicleta spinning	SONICO FITNESS	2	S/. 1,693	S/. 305	S/. 1,998
Bicicleta Elíptica	SONICO FITNESS	2	S/. 1,610	S/. 290	S/. 1,900
Banca de pesas pecho y piernas	TOTAL FITNESS	1	S/. 720	S/. 130	S/. 850
Rack Squat Parantes	SONICO FITNESS	1	S/. 482	S/. 87	S/. 569
Prensa para piernas	SONICO FITNESS	1	S/. 1,271	S/. 229	S/. 1,500
Set Barra Cromada + discos	SONICO FITNESS	1	S/. 424	S/. 76	S/. 500
Colchoneta	ACCESORIOS DE	10	S/. 322	S/. 58	S/. 380
Set de mancuernas 30 k	SONICO FITNESS	1	S/. 508	S/. 92	S/. 600
Espejos 600 X 900 cm	CRISTALERÍA LA H	10	S/. 267	S/. 48	S/. 315
TOTAL			**S/. 8,737**	**S/. 1,573**	**S/. 10,310**

Elaboración propia

Tabla 37

Equipamiento del área de Relajación

ÁREA DE RELAJACIÓN	FUENTE	CANTIDAD	COSTO S/IGV	IGV	COSTO C/IGV
Cabina de sauna (2 p)	SODIMAC	5	S/. 40,254	S/. 7,246	S/. 47,500
Tina hidromasaje (2 p)	SODIMAC	10	S/. 16,102	S/. 2,898	S/. 19,000
TOTAL			**S/. 56,356**	**S/. 10,144**	**S/. 66,500**

Elaboración propia

Tabla 38

Equipamiento del área Administrativa

ÁREA ADMINISTRATIVA	FUENTE	CANTIDAD	COSTO S/IGV	IGV	COSTO C/IGV
Escritorio	SODIMAC	3	S/. 636	S/. 114	S/. 750
Silla de escritorio	SODIMAC	3	S/. 254	S/. 46	S/. 300
Set de cómputo HP	RIPLEY	3	S/. 4,319	S/. 778	S/. 5,097
Tacho de metal	SODIMAC	3	S/. 150	S/. 27	S/. 177
Impresora HP	RIPLEY	1	S/. 339	S/. 61	S/. 400
Focos led	SODIMAC	2	S/. 8	S/. 2	S/. 10
Enchufe doble	SODIMAC	2	S/. 27	S/. 5	S/. 32
Teléfono inalámbrico	SODIMAC	2	S/. 219	S/. 39	S/. 258
Interruptor doble	SODIMAC	1	S/. 17	S/. 3	S/. 20
TOTAL			**S/. 5,969**	**S/. 1,075**	**S/. 7,044**

Elaboración propia

Tabla 39

Equipamiento del área de Almacén

ÁREA DE ALMACÉN	FUENTE	CANTIDAD	COSTO S/IGV	IGV	COSTO C/IGV
Foco led	PROMART	2	S/. 51	S/. 9	S/. 60
Estantes	PROMART	3	S/. 76	S/. 14	S/. 90
Puerta	PROMART	4	S/. 102	S/. 18	S/. 120
Estantes	PROMART	6	S/. 915	S/. 165	S/. 1,080
Puerta	SODIMAC	1	S/. 25	S/. 5	S/. 30
Interruptor doble	PROMART	2	S/. 34	S/. 6	S/. 40
TOTAL			**S/. 1,203**	**S/. 217**	**S/. 1,420**

Elaboración propia

Tabla 40

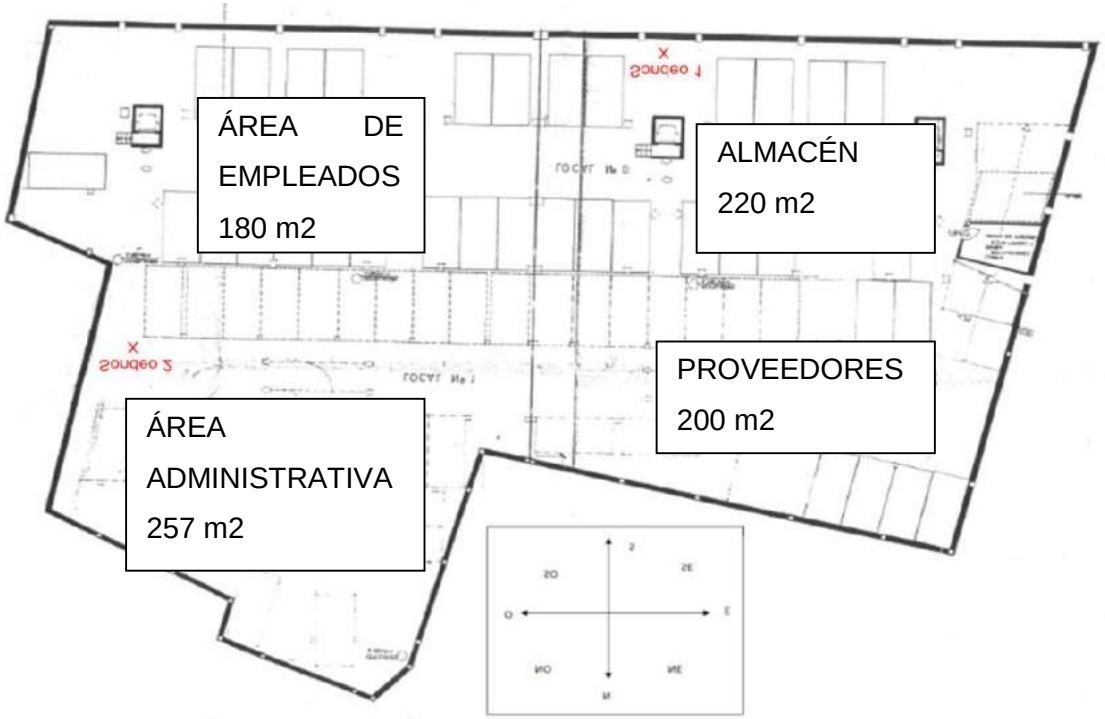
Equipamiento del área de Empleados

ÁREA DE EMPLEADOS	FUENTE	CANTIDAD	COSTO S/IGV	IGV	COSTO C/IGV
Combo lavadero + inodoro+ pedestal	SODIMAC	2	S/. 593	S/. 107	S/. 700
Espejo de baño	SODIMAC	2	S/. 68	S/. 12	S/. 80
Lokers	SODIMAC	2	S/. 1,017	S/. 183	S/. 1,200
Tacho de metal	SODIMAC	1	S/. 50	S/. 9	S/. 59
Foco led	SODIMAC	3	S/. 13	S/. 2	S/. 15
Colgadores (set de 4 x 6)	SODIMAC	24	S/. 31	S/. 5	S/. 36
Enchufe doble	SODIMAC	2	S/. 14	S/. 2	S/. 16
Puerta	SODIMAC	1	S/. 59	S/. 11	S/. 70
Interruptor doble	SODIMAC	1	S/. 17	S/. 3	S/. 20
Televisor 32"	SODIMAC	1	S/. 287	S/. 52	S/. 339
Juego comedor	SODIMAC	3	S/. 506	S/. 91	S/. 597
Microondas	RIPLEY	1	S/. 152	S/. 27	S/. 180
TOTAL			**S/. 2,807**	**S/. 505**	**S/. 3,312**

Elaboración propia

6.4.1. Plano con Proyecto: distribución de las máquinas y equipos.

FIGURA N°1: SÓTANO DEL HOTEL



ÁREA DEL TERRENO: 857 m2

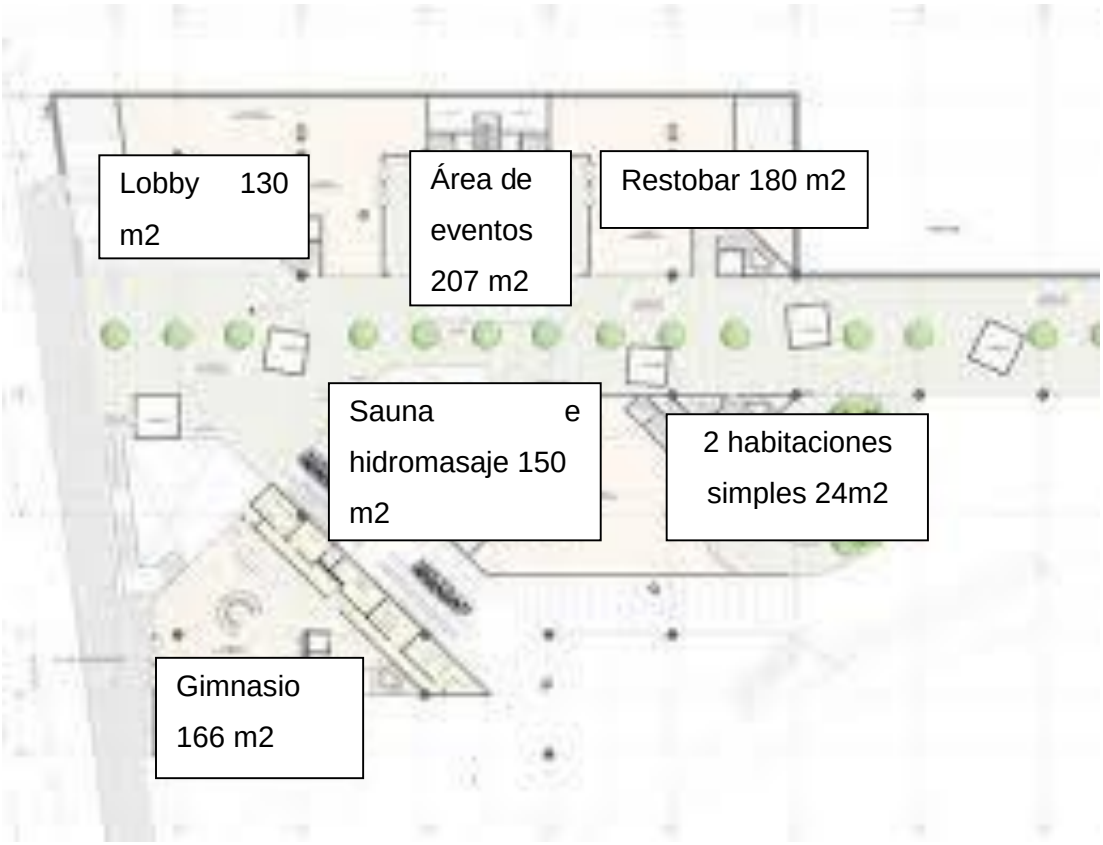
ÁREA DE EMPLEADOS: 180 m2

ÁREA ADMINISTRATIVA: 257m2

ALMACÉN: 220 m2

DESCARGA DE PROVEEDORES: 200 m2

FIGURA N°2: PRIMER PISO DEL HOTEL



ÁREA TOTAL DE TERRENO: 857 m2

2 HABITACIONES SIMPLES: 24 m2

ÁREA DE LOBBY: 130 m2

ÁREA DE GIMNASIO: 166 m2

ÁREA DE EVENTOS: 207 m2

ÁREA DE RELAJACIÓN: 150 m2

ÁREA DEL RESTOBAR: 180 m2

FIGURA N°3: SEGUNDO – QUINTO PISO

12 HABITACIONES SIMPLES POR CADA PISO

ÁREA DE HABITACIÓN SIMPLE: 12 m2

FIGURA N°4: SEXTO PISO

10 HABITACIONES SUITES

ÁREA DE HABITACIÓN SUITE: 26 m2

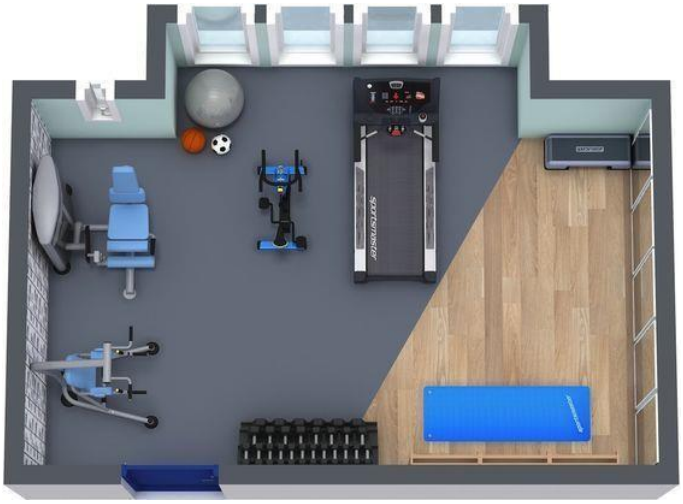
6.4.2. Descripción del Centro de Operaciones.

FIGURA N°5: ÁREA DE EVENTOS

Área de eventos se encargará de brindar a los huéspedes un momento de interacción y diversión entre ellos; contará con mesa de billar, mesa de póker o blackjack, mesa de ping pong, jenga gigante y una mesa de futbolín

Área total de habitación: 207

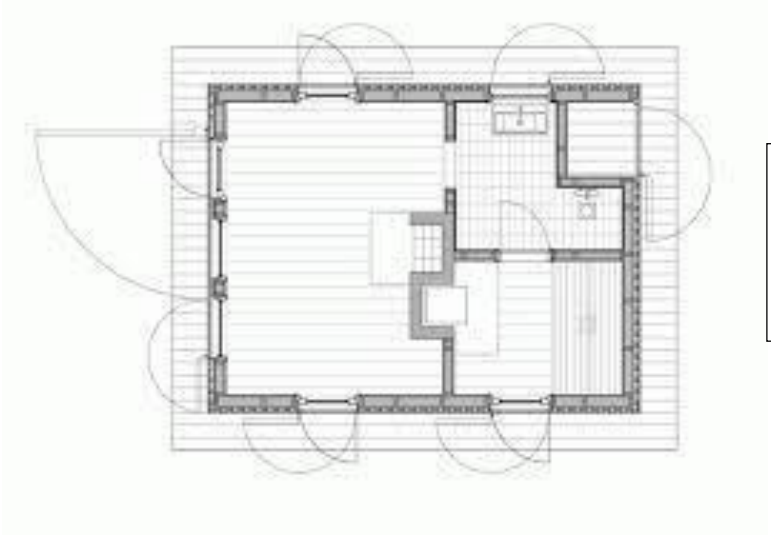
FIGURA N°6: GIMNASIO



Gimnasio se contará con trotadoras, bicicletas spinning, bicicleta elíptica, banca de pesas, prensa para piernas, mancuernas, entre otros.

Área total de habitación: 166 m2

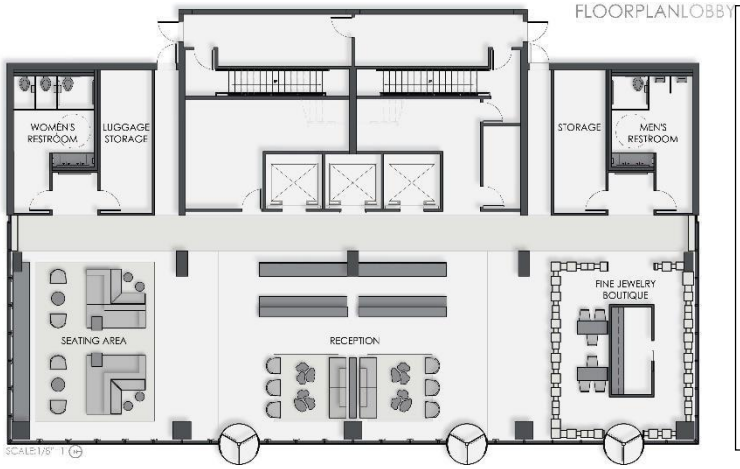
FIGURA N°7: ÁREA DE RELAJACIÓN



En esta área contará con cabinas de sauna y tinas hidromasajes.

Área total de habitación: 150 m2

FIGURA N°8: LOBBY



Lobby espacio social del hotel con gran diseño y equipado con alta tecnología. Además, se encuentra la recepción que es el área donde se da la bienvenida y atiende a los huéspedes al ingresar al hotel a lo largo de su estadía en el establecimiento.

FIGURA N°9: HABITACIÓN SIMPLE

Habitación simple con baño, camas de 1.5 plaza, televisión y frigo bar.

Área total de habitación: 12m2

FIGURA N°10: HABITACIÓN SUITE

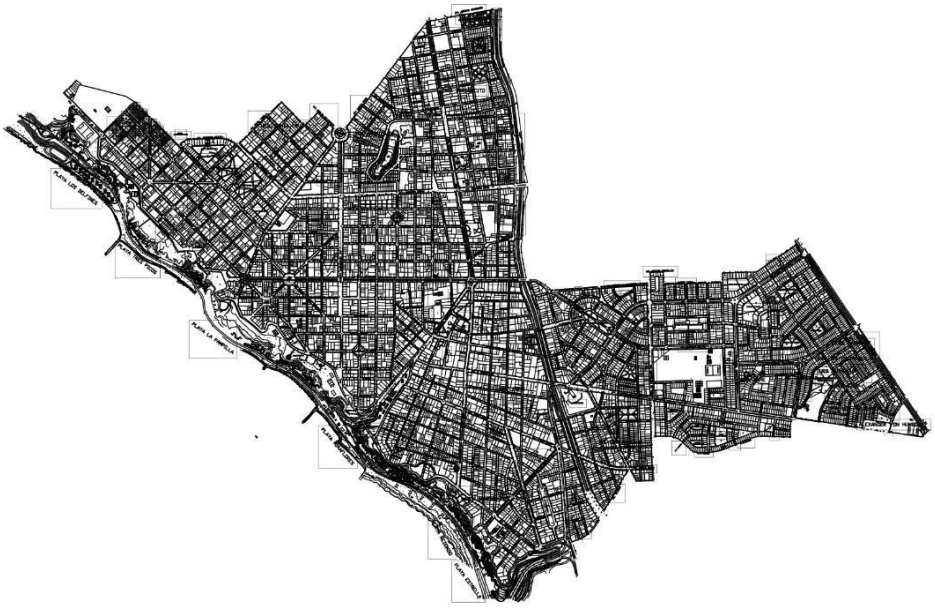
Habitación suites con baño con ducha hidromasaje, cama Queen, televisión y frigo bar.

Área total de habitación: 26m2

6.5 Localización: Marco de Localización y Micro localización.

Macro Locación

Después de haberse realizado un estudio de mercado se determinó que el área del proyecto sería en el distrito de Miraflores en la provincia de Lima el cual se encuentra como área macro para el proyecto a ejecutar. Este distrito aparte de contar con una estructura adecuada engloba una serie de características turísticas y comerciales lo cual lo hacen aún más atractivo para el público objetivo de este proyecto.



PLANO DEL DISTRITO DE MIRAFLORES- LIMA - PERU

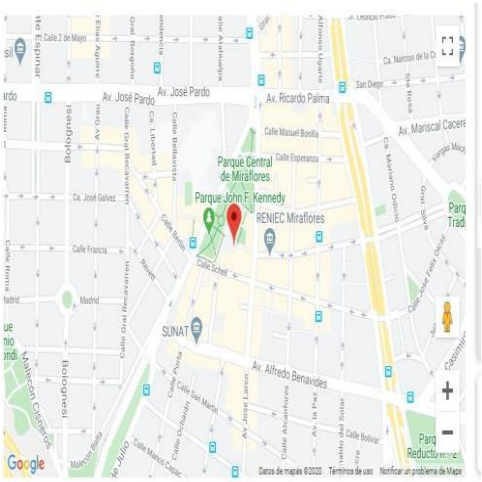
Fuente: Municipalidad de Miraflores[69]

Micro Localización

Para el análisis de micro localización, se tiene en consideración terrenos con un área aproximada a 1000 m2 y que estén ubicados dentro el entorno macro ya mencionado. Además, se ha realizado la evaluación de terrenos que sean compatibles con la licencia de funcionamiento, ya que el permiso de licencia tiene como requisito la ubicación del proyecto para que pueda ser aceptado el giro solicitado.

Fuente: Google Maps[70]

[69] Municipalidad de Miraflores (2020). Recuperado de: https://www.miraflores.gob.pe/los-servicios/comercializacion/licencia-de-funcionamiento/preguntas-frecuentes/

Terreno 1 [71]	**Terreno 2** [72]
Venta de terreno. • Ubicación: Diez Canseco cuadra 1, Miraflores, lima • Área terreno: 687m2 • Parámetros: 11 pisos • Precio: s/ 14,520,000. 	Alquiler de terreno en Miraflores. Los parámetros deben permitir la construcción de un hotel de 6 pisos y un sótano. • Ubicación: Av. Reducto 1421, Miraflores, lima • Se pagará al contado todos los meses. • Área terreno: 858 m2 • Precio: S/. 20,000.

Los criterios que se tiene en consideración para la elección del terreno son: la zona donde tendrá ubicado el terreno, la cercanía de los proveedores, cercanía de los canales, centros turísticos, comerciales y costa verde, el precio y seguridad.

[70] blob: file:///d3032531-3803-49f6-b567-b80c7b90de5b
[71] A donde Vivir. Recuperado de: https://www.adondevivir.com/propiedades/ib-venta-local-o-terreno-con-cabida-para-12-pisos!-56894685.html
[72] A donde Vivir. Recuperado de: https://www.adondevivir.com/propiedades/excelente-oportunidad-de-terreno-ideal-para-playa-de-57492788.html

Tabla 41

Análisis de alternativas de localización

Análisis de alternativas de localización					
		Zona A		Zona B	
Factor	**Peso**	**Calificación**	**Ponderación**	**Calificación**	**Ponderación**
Cercanía a los proveedores	15%	7	1.05	6	0.9
Cercanía a Canales (centros comerciales, lugares turísticos y circuito a la costa verde)	30%	6	1.8	7	2.1
Costo de compra	20%	5	1	7	1.4
Seguridad	35%	6	2.1	7	2.45
Total	**100%**		**5.95**		**6.85**

Se escogió el terreno B porque cumple con todos los criterios asignados tales como cercanía de proveedores, cercanía a canales, costo y seguridad

6.6. Diagrama de Gantt de implementación de la fase pre - operativa

			2020						
N°	**Actividad**	**Resp.**	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO
1	Investigación de Mercado	Empresa de marketing							
2	Constitución de empresa	Accionistas							
3	Registro de marca	Director del hotel							
4	Licencias de funcionamiento y permisos	Accionistas							
5	Construcción de hotel	Jefe de obra							
6	Supervisar la implementación de la web y visualizar su óptimo funcionamiento	Director del hotel							
7	Implementación de estrategias para el ingreso al mercado	Jefe de marketing							
8	Supervisar la creación de soporte para el almacenamiento de base de datos de los clientes	Director del hotel							
9	Capacitación al personal	Jefe de personal							
10	Verificación del funcionamiento de todas las áreas departamentales	Director del hotel							
11	Elaboración del plan anual de mantenimiento de los equipos y servicios	Encargado de mantenimiento							

Fuente: Elaboración propia

6.7 Responsabilidad social: con los trabajadores y con la comunidad

6.7.1 Responsabilidad Social con el Medio Ambiente

- La empresa tiene un compromiso con el medio ambiente, el propósito de seguir avanzando y disminuir la huella de carbono que se genera, por lo tanto se tendrá:
- Todos los días se hará el reciclaje de los materiales desechados de los huéspedes y trabajadores como por ejemplo (papel, cartón, vidrio, envases de plásticos, pilas y entre otras).
- Se contará con focos led, lo cual causará un consumo de energía ahorrativa.
- Se mantendrá una alianza con Munay, esta empresa tiene como propósito recolectar y reciclar barras de jabón de los hoteles. Para convertirlos en nuevos implementos de aseo que a su vez ayudan a protegerse de enfermedades virales. La actividad que realizan es donadas en campañas de salud e higiene para niños con altos índices de pobreza.[73]

6.7.1 Responsabilidad Social con los trabajadores

La relación de los trabajadores es importante por lo que se tomará en cuenta la siguiente información:

- Cada trabajador contará con sus derechos y beneficios de ley (gratificaciones, vacaciones, entre otras cosas).
- El hotel en la parte cultural, fomentará el comportamiento ético, ya sea con los trabajadores como con los huéspedes del hotel.
- Jikinsinkama creará un clima laboral solidario donde cada colaborador se identifique con la marca y metas de la empresa.
- Cada mes se realizará reuniones en las cuales se celebrarán los cumpleaños de los colaboradores otorgándoles incentivos (% de descuento en el Restobar, acceso libre a las instalaciones del hotel y un tour gratuito para dos personas.).

6.8 Impacto Ambiental: Revisión de la Ley N° 27446, y otras, aplicación según el caso.

Según la Ley del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental y su Reglamento (Ley N° 27446), se tiene como finalidad que un proyecto de inversión comprenda los requerimientos, etapas y alcances de las evaluaciones de tipo ambiental. Para ello, el hotel debe presentar una resolución detallada acerca de la protección de salud de los huéspedes y trabajadores, la protección del aire, agua suelo, emisiones gaseosas, ruido, entre otras; protección de flora y fauna, protección

[73] Munay. Recuperado de :https://admision.up.edu.pe/blog/2020/06/10/munay-recicla-jabones-para-entregar-implementos-de-aseo-a-ninos-de-zonas-vulnerables/

de áreas naturales, ecosistemas, estilo de vida de las comunidades, espacios urbanos, patrimonio arqueológico, histórico, arquitectónico, entre otros. [74]

Existe un determinado procedimiento que debe seguir el hotel para la aprobación de la certificación ambiental.

- En primer lugar, se debe presentar la solicitud donde se disponen las características de las acciones que se van a realizar dentro la zona donde estará ubicado el hotel, los antecedentes ambientales en la zona, los posibles impactos que pueden producirse con respecto a la construcción de las casas de árbol, las medidas de corrección y previsión a dichos impactos.
- En segundo lugar, la autoridad competente debe clasificar la acción que se ha propuesto en un plazo no menor a 45 días calendario para que la empresa pueda enviar el estudio de impacto ambiental.
- Se procede a la revisión del estudio de impacto ambiental en conjunto con las autoridades sectoriales, regionales o de la localidad implicada.
- Por último, se aprueba o desaprueba el estudio y si es aprobado se emite la certificación ambiental para poder ejecutar el proyecto.

6.9 Certificaciones

Como es conocido, existen estándares y normas internacionales que permiten determinar la calidad de los productos. Uno de las Organizaciones de Normalización más conocida y de mayor relevancia es la ISO (International Organization for Standardization), que otorga certificaciones en los distintos sistemas que opera, uno de ellos, en el hotelero.

[74] http://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2017/04/Ley-N%C2%B0-27446.pdf

La norma ISO 9001 contiene ocho principios clave de gestión de la calidad que, pese a no ser auditables, conforman las características fundamentales de un sistema como el que se aspira a gestionar. Son los siguientes:

- Orientación al cliente y búsqueda de su satisfacción como objetivos.
- Liderazgo.
- Participación de las personas.
- Enfoque basado en procesos.
- Gestión orientada a sistemas.
- Mejora continua.
- Toma de decisiones fundamentada en datos objetivos.
- Relaciones de beneficio mutuo con proveedores.

Obtener la certificación es solo el inicio. Para mantenerla año con año, debe cancelarse entre $2.500 y $5.000.

Capítulo VII: Aspectos Legales y Organizacionales (5pag)

7.1 Aspectos Legales

7.1.1 Forma Societaria

La forma societaria a adoptar depende mucho de la inversión que se va a realizar y la cantidad de personas que conformarán como accionistas. Es por esta razón que lo más recomendable para este negocio es que sea una SAC, ya que al poder ser conformada por personas jurídicas estas no responden personalmente con su patrimonio sino con el patrimonio de la empresa.[75] La razón social de la empresa será Ramecky S.A.C y a la cual pertenece el nombre comercial de Hotel Jikisinkama.

7.1.2 Registro de marcas y patentes

El registro de marcas y patentes se realiza a través de la entidad INDECOPI (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual) en donde como primer paso se tiene la reservación del nombre. No obstante, previo a ello se debe verificar que no tenga similitud o sea igual a otro. Por lo qué, se puede pagar para reservar el derecho del mismo hasta la constitución del mismo.[76]

7.1.3 Licencias y Autorizaciones

Las licencias y autorizaciones van de acuerdo a la zonificación, que deviene de las ordenanzas provinciales por cada circunscripción en donde se delimita las zonas en donde se puede realizar esta actividad económica, por lo que es recomendable revisar la misma antes de proceder algún tipo de arrendamiento o compra de inmueble. En este caso la solicitud será derivada hacia la municipalidad de Miraflores, ya que es el lugar donde se constituirá y construirá el hotel. Esta municipalidad se rige bajo la ley 28976 Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificatorias[77]

Para obtener esta licencia de funcionamiento se debe tener en cuenta las siguientes características:

- Se debe compatibilizar mediante verificación en el módulo de la subgerencia de comercialización la compatibilidad de la zonificación del inmueble con la actividad económica a desarrollar.
- Se debe entregar el formato de solicitud de licencia de funcionamiento.
- Presentar una declaración jurada del cumplimiento de condiciones de seguridad de la instalación.

[75] Sunat (2020). Recuperado de: http://www.sunat.gob.pe
[76] Indecopi (2020). Recuperado de: https://www.indecopi.gob.pe/indecopi
[77] Municipalidad de Miraflores (2020) Recuperado de: https://www.miraflores.gob.pe/los-servicios/comercializacion/licencia-de-funcionamiento/

- Para el ITSE (por ser este un proyecto de alto riesgo), se adjuntaran los documentos técnicos como; croquis de ubicación, plano de arquitectura, plano de distribución de tableros eléctricos, certificado vigente de medición de resistencia, plan de seguridad del establecimiento objeto de inspección y protocolos de pruebas de operatividad.[78]

7.1.4 Legislación Laboral

Para que se pueda dar una correcta prestación de servicios. Lo mejor siempre será cuando se respete los lineamientos establecidos generales. Es decir, el delimitar funciones, creación de puesto, horario laboral, entre otros. Por lo que cabe resaltar que nuestro personal seguirá el régimen laboral de una pequeña empresa, ya que se cuenta con 15 colaboradores y la empresa tiene ventas anuales mayores a 150 UIT y menores a 1700 UIT. Por lo que los beneficios y obligaciones a nuestros trabajadores regirán bajo las siguientes:

- Tendrán una remuneración de acuerdo a la labor que desempeñen pero esta no será menor a la remuneración mínima vital de s/930 soles
- Contarán con 15 días de vacaciones por cada año de servicio
- Tendrán gratificaciones de media remuneración
- Contarán con un seguro EsSalud

7.1.5 Legislación Tributaria

La legislación tributaria tiene como parte el cómo se va a realizar las declaraciones. En este contexto, el hotel se encontrará dentro de un régimen general del impuesto a la renta el cual comprende los impuestos de IGV (18%) e impuesto a la renta (29.5%), así como la declaración anual que se tiene que realizar.

7.1.6 Otros Aspectos Legales

- Otros aspectos legales importantes son la salubridad y seguridad en el trabajo. Debido a que, es indispensable que el personal cuente con todo el equipamiento necesario especialmente para las personas operativas como por ejemplo; limpieza y cocina, ya que se encuentran expuestos a que pueda suceder un caso fortuito, o de fuerza mayor. Lo cual es fiscalizado por DIGESA en conjunto con el área de fiscalización del gobierno local competente.[79]

- El proceso de constitución de empresa el cual consiste en:
  - Buscar y reservar el nombre de la empresa en sunarp, el cual tiene como costo s/20 soles por derecho a tramite

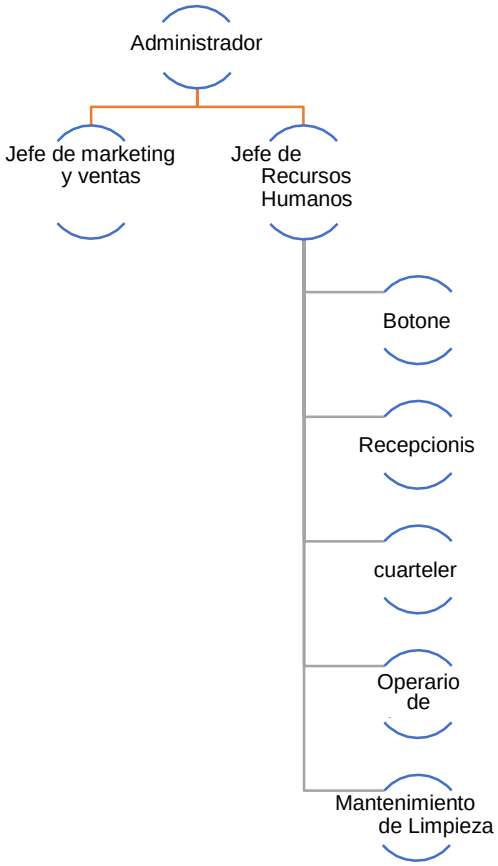
[78] Municipalidad de Miraflores (2020). Recuperado de: https://www.miraflores.gob.pe/los-servicios/comercializacion/licencia-de-funcionamiento/preguntas-frecuentes/
[79] Municipalidad de Miraflores (2020). Recuperado de: https://www.miraflores.gob.pe/los-servicios/comercializacion/licencia-de-funcionamiento/preguntas-frecuentes/

- Elaboración de la minuta o acto constitutivo , las cuales se realizan en una notaría con los requisitos establecidos.
- La escritura pública, que se realiza después del abono del capital y bienes y se gestiona a través de una notaría.
- Remitir a SUNARP todo el proceso previo realizado para la inscripción en registros públicos
- Por último, la inscripción al RUC para persona jurídica. Para ellos se solicitan unos requisitos previos los cuales se llevan a SUNAT donde concluye el proceso. [80]

[80] https://diariocorreo.pe/economia/pasos-para-constituir-una-empresa-en-peru-839715/

7.2 Aspectos Organizacionales

7.2.1 Organigrama Funcional



Fuente: Elaboración propia

7.2.2 Puestos de Trabajo: Tareas, Funciones y Responsabilidades

Administrador:

- Se encargará de la administración, control y desarrollo del hotel verificando que todas las demás áreas departamentales estén funcionando de la mejor manera posible.
- Verifica que cada departamento esté cumpliendo los objetivos planteados, aportando excelente calidad de servicio.
- Administra la gestión de recursos humanos, comercialización, seguridad, calidad y coordinación todos los aspectos necesarios para el correcto funcionamiento del hotel.

Jefe de marketing y ventas:

- Evaluación y desarrollo de la estrategia de marketing y el plan de marketing.
- Planificación, dirección y coordinación de esfuerzos de marketing.
- Comunicación del plan de marketing.
- Desarrollo de estrategias de precios con el objetivo de maximizar los beneficios y la participación en el mercado, mientras mantiene la satisfacción del cliente.
- Desarrollo de promociones.
- Mejorar el posicionamiento de la marca.
- Apoyo a las ventas
- Alimentación en redes sociales y marketing de contenidos.
- Desarrollar ventajas competitivas

Jefe de Recursos Humanos:

- Reclutamiento y selección de talento y qué perfil de persona podrá encajar en cada puesto de trabajo.

- Formación de nuevo talento para adaptarse al nuevo puesto de trabajo y formación continua para la plantilla existente.

- Evaluación y satisfacción del entorno de trabajo teniendo en cuenta el ambiente.

- Administración de personal y de trámites como contratos, nóminas y otros.

- Prevención de riesgos a nivel de salud y bienestar de las personas trabajadoras mediante la observación de condiciones e implementación de mejoras.

Botones:

- Llevar el equipaje de los huéspedes hasta la recepción o incluso hasta la propia habitación.
- Ejecutar tareas de atención al cliente en servicios que le sean solicitados como en la reserva de entradas o en la solicitud de taxis.
- Informar de los servicios del hotel.
- Realizar el control y almacenamiento de los equipajes en consigna.
- Acompañar al usuario hasta su habitación para explicar el funcionamiento de luces y otros servicios.
- Estacionar los vehículos a petición del cliente.

Personal de recepción:

- Recepción de los clientes, aportando información referente a fin de optimizar la prestación del servicio
- Chek-in y check-out y control de gastos de consumo
- Gestionar las reservas de los clientes
- Brindar información sobre el hotel
- Atención al cliente (mails, llamadas que reciba el hotel)

Cuartelero:

- Realizar la limpieza de habitaciones que le sean asignadas cumpliendo con los estándares establecidos para lograr la satisfacción del cliente.
- Realizar la limpieza y mantenimiento del área de servicio manteniendo una presentación optima del área.
- Asegurar la limpieza, el uso correcto y mantenimiento adecuado del carro de limpieza, así como de los equipos y suministros que le sean asignados para el cumplimiento de su labor.
- Asegurar el buen uso de la lencería, separando los que se encuentre roto o manchado, para cuidar los activos de la empresa.

- Realizar una correcta limpieza de la habitación, cumplir con el arreglo en el dormitorio y baño manteniendo los estándares de calidad establecidos por la empresa para lograr satisfacer al cliente.

Operario de sistemas:

- Debe solucionar todos los problemas que se presenten en tiempo récord para que no se interrumpa la producción.
- Verificar constantemente las instalaciones a fin de anticiparse a futuras fallas
- Preservar la lubricación, inspección y limpieza
- Mantener gestión de programación y control de trabajo

Mantenimiento de Limpieza:

- Mantener limpias las áreas internas del hotel como los espacios comunes, entre otros, establecimientos utilizando herramientas, tales como escobas, trapeadores, productos de limpieza y aspiradoras:
- Desinfectar los pisos y todas las superficies utilizando trapeadores, productos especializados de limpieza, entre otros.
- Desempolvar y limpiar el equipo de la recepción, tomando las precauciones necesarias a fin de no dañarlo.
- Reabastecer los sanitarios comunes, entre otros espacios con jabón, papel sanitario y demás insumos.

7.2.3 Aspectos Laborales: Forma de Contratación, Régimen Laboral, Remuneración, Horario de Trabajo, Beneficios Sociales definir

La forma de contratación será anual a fin de evaluar el desempeño de los trabajadores y determinar si se debería renovar el contrato. Este contrato será bajo el régimen laboral de las pequeñas empresa bajo las siguientes normativas. De acuerdo a la ley N°28015 el trabajador del hotel Jikisinkama se le considerará bajo las siguientes:

- Una remuneración mínima vital (RMV)
- Jornada laboral de 8 horas
- Debe tener descanso semanal y en días feriados
- Será remunerado por el trabajo en sobretiempo
- Contará con 15 días de vacaciones (calendarios)
- Tendrá cobertura de Essalud
- Si en caso ocurriera un despido arbitrario este será indemnizado.
- Recibirá dos gratificaciones de medio sueldo cada uno.

PERSONAL	HONORARIOS	HORARIOS
Administrador	s/5000	Lunes a viernes 9 am – 5 pm
Jefe de ventas y marketing	s/3000	Lunes a viernes 9 am – 5 pm
Jefe de Recursos Humanos	s/3000	Lunes a viernes 9 am – 5 pm
Botones	s/930	Martes a domingo (Horario de 8 horas por turno)
Recepcionista	s/1200	Martes a domingo (Horario de 8 horas por turno)
Operario de sistemas	s/1500	Lunes a viernes 9 am – 5 pm
Mantenimiento de limpieza	s/930	Martes a domingo (Horario de 8 horas por turno)
Cuartelero	s/1000	Martes a domingo (Horario de 8 horas por turno)

Fuente: Elaboración Propia

Horario del personal

PUESTO DE TRABAJO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
ADMINISTRADOR							
JEFE DE VENTAS Y MARKETING							
JEFE DE RECURSOS HUMANOS							
BOTONES 1							
BOTONES 2							
RECEPCIONISTA 1							
RECEPCIONISTA 2							
RECEPCIONISTA 3							
RECEPCIONISTA 4							
CUARTELERO 1							
CUARTELERO 2							
CUARTELERO 3							
CUARTELERO 4							
OPERARIO DE SISTEMA							
LIMPIEZA							

Fuente: Elaboración Propia

Capítulo VIII: Aspectos Económicos-Financieros

8.1 Inversiones 2020-2031

8.1.1 Inversión en Activo Fijo

Tabla 42

Inversión en Activo Fijo

ACTIVOS FIJOS	COSTO SIN IGV	IGV	COSTO CON IGV
Habitaciones simples	S/. 175,908	S/. 31,664	S/. 207,572
Habitaciones suites	S/. 44,658	S/. 8,038	S/. 52,697
Lobby	S/. 9,100	S/. 1,638	S/. 10,738
Área de eventos	S/. 9,586	S/. 1,725	S/. 11,311
Área de relajación	S/. 56,356	S/. 10,144	S/. 66,500
Gimnasio	S/. 8,737	S/. 1,573	S/. 10,310
Área de empleados	S/. 2,807	S/. 505	S/. 3,312
Área administrativa	S/. 5,969	S/. 1,075	S/. 7,044
Área de almacén	S/. 1,203	S/. 217	S/. 1,420
Seguridad	S/. 1,017	S/. 183	S/. 1,200
Construcción	S/. 1,308,051	S/. 235,449	S/. 1,543,500
Paneles solares	S/. 4,623	S/. 832	S/. 5,455
Luces de emergencia	S/. 364	S/. 65	S/. 429
Ascensor	S/. 8,475	S/. 1,525	S/. 10,000
TOTAL	**S/. 1,636,854**	**S/. 294,634**	**S/. 1,931,487**

Elaboración propia

8.1.2 Inversión Activo Intangible

Tabla 43

Inversión en Activo Intangible

ACTIVOS INTANGIBLES	COSTO SIN IGV	IGV	COSTO CON IGV
Constitución de empresas y gastos notariales y regístrales	S/. 3,390	S/. 610	S/. 4,000
Trámite para el horario extraordinario de funcionamiento del establecimiento comercial	S/. 127	S/. 23	S/. 150
INDECOPI (Patente de marca)	S/. 593	S/. 107	S/. 700
Licencia de funcionamiento y certificado de inspección de seguridad en edificaciones. (Municipalidad de Miraflores)	S/. 847	S/. 153	S/. 1,000
Instalación de equipos y servicios básicos	S/. 4,237	S/. 763	S/. 5,000
ISO 9001	S/. 10,085	S/. 1,815	S/. 11,900
ISO 1401	S/. 25,932	S/. 4,668	S/. 30,600
Estudio de mercado	S/. 10,169	S/. 1,831	S/. 12,000
Software	S/. 4,347	S/. 783	S/. 5,130
Video marketing	S/. 350	S/. 63	S/. 413
TOTAL	**S/. 60,079**	**S/. 10,814**	**S/. 70,893**

Amortización anual	**S/.**	**6,007.88**

Elaboración propia

8.1.3 Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado)

Tabla 44

Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado)

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Estacionalidad castigada	1%	4%	5%	6%	7%	9%	9%	8%	8%	8%	8%	9%	83%
Ventas de habitaciones simples	5	19	20	25	33	41	41	38	38	38	38	41	377
Ventas de habitaciones suites	3	13	14	17	22	27	27	25	25	25	25	27	254
Ingresos por habitaciones simples	6,000	22,800	24,000	30,000	39,600	49,200	49,200	45,600	45,600	45,600	45,600	49,200	
Ingresos por habitaciones suites	5,400	23,400	25,200	30,600	39,600	48,600	48,600	45,000	45,000	45,000	45,000	48,600	
Total Ingresos	S/. 11,400	S/. 46,200	S/. 49,200	S/. 60,600	S/. 79,200	S/. 97,800	S/. 97,800	S/. 90,600	S/. 90,600	S/. 90,600	S/. 90,600	S/. 97,800	S/. 902,400
IGV Ventas	S/. 2,052	S/. 8,316	S/. 8,856	S/. 10,908	S/. 14,256	S/. 17,604	S/. 17,604	S/. 16,308	S/. 16,308	S/. 16,308	S/. 16,308	S/. 17,604	
Ventas sin IGV	S/. 9,348	S/. 37,884	S/. 40,344	S/. 49,692	S/. 64,944	S/. 80,196	S/. 80,196	S/. 74,292	S/. 74,292	S/. 74,292	S/. 74,292	S/. 80,196	
Amenities													
Jabón cremoso, envoltura papel transparente (20gr)	S/. 6	S/. 22	S/. 24	S/. 29	S/. 39	S/. 48	S/. 48	S/. 44	S/. 44	S/. 44	S/. 44	S/. 48	S/. 439
Shampoo tapa plana (30ml)	S/. 6	S/. 26	S/. 27	S/. 34	S/. 44	S/. 54	S/. 54	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 54	S/. 502
Acondicionador tapa plana (30ml)	S/. 6	S/. 26	S/. 27	S/. 34	S/. 44	S/. 54	S/. 54	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 54	S/. 502
Papel higiénico	S/. 5	S/. 19	S/. 20	S/. 25	S/. 33	S/. 41	S/. 41	S/. 38	S/. 38	S/. 38	S/. 38	S/. 41	S/. 376
Frigo bar													
Lata de Coca-Cola	S/. 28	S/. 112	S/. 119	S/. 147	S/. 193	S/. 238	S/. 238	S/. 221	S/. 221	S/. 221	S/. 221	S/. 238	S/. 2,195
Agua C/G	S/. 12	S/. 48	S/. 51	S/. 63	S/. 83	S/. 102	S/. 102	S/. 95	S/. 95	S/. 95	S/. 95	S/. 102	S/. 943
Agua S/G	S/. 12	S/. 48	S/. 51	S/. 63	S/. 83	S/. 102	S/. 102	S/. 95	S/. 95	S/. 95	S/. 95	S/. 102	S/. 943
Corona	S/. 40	S/. 160	S/. 170	S/. 210	S/. 275	S/. 340	S/. 340	S/. 315	S/. 315	S/. 315	S/. 315	S/. 340	S/. 3,135
Chocolate M&M	S/. 34	S/. 134	S/. 143	S/. 176	S/. 231	S/. 286	S/. 286	S/. 265	S/. 265	S/. 265	S/. 265	S/. 286	S/. 2,633
Galleta soda light	S/. 6	S/. 22	S/. 24	S/. 29	S/. 39	S/. 48	S/. 48	S/. 44	S/. 44	S/. 44	S/. 44	S/. 48	S/. 439
Costos indirectos del servicio													
Conjunto de sábana y edredón (simple)	S/. 8,000												S/. 8,000
Conjunto de sábana y edredón (Queen)	S/. 2,000												S/. 2,000
Almohadas	S/. 2,100												S/. 2,100
Toalla (set 2)	S/. 3,600												S/. 3,600
Uniforme de personal c/ 6 meses	S/. 3,600												S/. 3,600
Artículos de limpieza	S/. 743	S/. 229	S/. 229	S/. 229	S/. 393	S/. 229	S/. 579	S/. 229	S/. 393	S/. 229	S/. 229	S/. 229	S/. 3,938
Servicio de seguridad	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 28,800
Alquiler	S/. 40,000	S/. 20,000	S/. 20,000	S/. 20,000	S/. 20,000	S/. 20,000	S/. 20,000	S/. 20,000	S/. 20,000	S/. 20,000	S/. 20,000	S/. 20,000	
Luz	S/. 750	S/. 750	S/. 750	S/. 750	S/. 750	S/. 750	S/. 750	S/. 750	S/. 750	S/. 750	S/. 750	S/. 750	S/. 9,000
Agua	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 14,400
Claro (telefonia+tv+internet)		S/. 280	S/. 280	S/. 280	S/. 280	S/. 280	S/. 280	S/. 280	S/. 280	S/. 280	S/. 280	S/. 280	S/. 3,080
Planilla para servicios	S/. 6,060	S/. 6,060	S/. 6,060	S/. 6,060	S/. 8,840	S/. 6,060	S/. 7,450	S/. 6,060	S/. 6,060	S/. 6,060	S/. 8,840	S/. 7,450	S/. 81,065
Gastos de ventas													
Jefe de ventas y marketing	S/. 3,270	S/. 3,270	S/. 3,270	S/. 3,270	S/. 4,770	S/. 3,270	S/. 4,020	S/. 3,270	S/. 3,270	S/. 3,270	S/. 4,770	S/. 4,020	S/. 43,740
Gastos administrativos													
Administrador	S/. 5,450	S/. 5,450	S/. 5,450	S/. 5,450	S/. 7,950	S/. 5,450	S/. 6,700	S/. 5,450	S/. 5,450	S/. 5,450	S/. 7,950	S/. 6,700	S/. 72,900
Jefe de recursos y humanos	S/. 3,270	S/. 3,270	S/. 3,270	S/. 3,270	S/. 4,770	S/. 3,270	S/. 4,020	S/. 3,270	S/. 3,270	S/. 3,270	S/. 4,770	S/. 4,020	S/. 43,740
Útiles	S/. 264												S/. 264
Otros gastos													
Servicio de lavado (tercerizado)	S/. 162	S/. 641	S/. 680	S/. 841	S/. 1,103	S/. 1,365	S/. 1,365	S/. 1,265	S/. 1,265	S/. 1,265	S/. 1,265	S/. 1,365	S/. 12,582
Paquete turístico y movilidad (tercerizado)	S/. 1,027	S/. 4,137	S/. 4,401	S/. 5,428	S/. 7,100	S/. 8,772	S/. 8,772	S/. 8,127	S/. 8,127	S/. 8,127	S/. 8,127	S/. 8,772	S/. 80,916
Restobar (tercerizado)	S/. 960	S/. 3,840	S/. 4,080	S/. 5,040	S/. 6,600	S/. 8,160	S/. 8,160	S/. 7,560	S/. 7,560	S/. 7,560	S/. 7,560	S/. 8,160	S/. 75,240
Pack de extintor 2 kg + botiquín	S/. 480												
Impuestos													
Pago a cuenta del IR	S/. 171	S/. 693	S/. 738	S/. 909	S/. 1,188	S/. 1,467	S/. 1,467	S/. 1,359	S/. 1,359	S/. 1,359	S/. 1,359	S/. 14,181	
Total Egresos	S/. 85,660	S/. 52,838	S/. 53,465	S/. 55,938	S/. 68,406	S/. 63,986	S/. 68,476	S/. 62,436	S/. 62,600	S/. 62,436	S/. 70,716	S/. 80,840	
Saldo mensual	-S/. 74,260	-S/. 6,638	-S/. 4,265	S/. 4,662	S/. 10,794	S/. 33,814	S/. 29,324	S/. 28,164	S/. 28,000	S/. 28,164	S/. 19,884	S/. 16,960	
Saldo acumulado	-S/. 74,260	-S/. 80,898	-S/. 85,163	-S/. 80,501	-S/. 69,707	-S/. 35,893	-S/. 6,569	S/. 21,595	S/. 49,596	S/. 77,760	S/. 97,644	S/. 114,604	

Capital de trabajo inicial	**S/. 85,163**

Elaboración propia

8.1.4 Estructura de inversiones

Tabla 45

Estructura de inversiones

	Inversión	Estructura
Activo fijo	S/. 1,931,487	92.5%
Intangibles	S/. 70,893	3.4%
Capital de trabajo	S/. 85,163	4.1%
Total	**S/. 2,087,543**	**100%**

Elaboración propia

8.2 Financiamiento 2019-2031

8.2.1 Estructura de Financiamiento

Se solicitará un préstamo para financiar el 60% de los activos. El resto de la inversión 40% será financiada con el aporte de los socios.

Tabla 46

Estructura de Financiamiento

	Inversión	**Aporte de socios**	**Préstamo**
Activo fijo	S/. 1,931,487	S/. 772,595	S/. 1,158,892
Activo intangible	S/. 70,893	S/. 70,893	S/. -
Capital de trabajo	S/. 85,163	S/. 85,163	S/. -
Total	**S/. 2,087,543**	**S/. 928,651**	**S/. 1,158,892**

8.2.2 Financiamiento del activo fijo tangible, intangible, y del capital de trabajo. Fuentes de financiamiento: cronograma de pagos.

El préstamo en soles se solicitó del Banco Continental

Tabla 47

Cronograma de pagos del préstamo

Préstamo	S/. 1,158,892
Plazo (meses)	114
TEA	27.40%
TEM	2.04%

Elaboración propia

Periodo	Saldo	Interés	Amortización	Cuota
0	1,158,892	0	0	0.00
1	**1,158,892**	**23,624**	**0**	**23,624**
2	**1,158,892**	**23,624**	**0**	**23,624**
3	**1,158,892**	**23,624**	**0**	**23,624**
4	**1,158,892**	**23,624**	**0**	**23,624**
5	**1,158,892**	**23,624**	**0**	**23,624**
6	**1,158,892**	**23,624**	**0**	**23,624**
7	1,156,262	23,624	2,631	26,255
8	1,153,577	23,571	2,685	26,255
9	1,150,838	23,516	2,739	26,255
10	1,148,043	23,460	2,795	26,255
11	1,145,191	23,403	2,852	26,255
12	1,142,280	23,345	2,910	26,255
13	1,139,311	23,286	2,970	26,255
14	1,136,281	23,225	3,030	26,255
15	1,133,189	23,163	3,092	26,255
16	1,130,034	23,100	3,155	26,255
17	1,126,815	23,036	3,219	26,255
18	1,123,530	22,970	3,285	26,255
19	1,120,178	22,903	3,352	26,255
20	1,116,758	22,835	3,420	26,255
21	1,113,268	22,765	3,490	26,255
22	1,109,708	22,694	3,561	26,255
23	1,106,074	22,622	3,634	26,255
24	1,102,366	22,547	3,708	26,255
25	1,098,583	22,472	3,783	26,255
26	1,094,723	22,395	3,860	26,255
27	1,090,784	22,316	3,939	26,255
28	1,086,765	22,236	4,019	26,255
29	1,082,663	22,154	4,101	26,255
30	1,078,479	22,070	4,185	26,255
31	1,074,208	21,985	4,270	26,255
32	1,069,851	21,898	4,357	26,255
33	1,065,405	21,809	4,446	26,255
34	1,060,869	21,718	4,537	26,255
35	1,056,239	21,626	4,629	26,255
36	1,051,516	21,532	4,723	26,255
37	1,046,696	21,435	4,820	26,255
38	1,041,778	21,337	4,918	26,255
39	1,036,760	21,237	5,018	26,255
40	1,031,639	21,134	5,121	26,255
41	1,026,414	21,030	5,225	26,255
42	1,021,083	20,924	5,331	26,255
43	1,015,643	20,815	5,440	26,255
44	1,010,092	20,704	5,551	26,255
45	1,004,427	20,591	5,664	26,255
46	998,648	20,475	5,780	26,255
47	992,750	20,358	5,898	26,255
48	986,732	20,237	6,018	26,255
49	980,592	20,115	6,140	26,255
50	974,326	19,989	6,266	26,255
51	967,933	19,862	6,393	26,255
52	961,410	19,731	6,524	26,255
53	954,753	19,598	6,657	26,255
54	947,961	19,463	6,792	26,255
55	941,030	19,324	6,931	26,255
56	933,958	19,183	7,072	26,255
57	926,742	19,039	7,216	26,255
58	919,378	18,892	7,363	26,255
59	911,865	18,742	7,513	26,255
60	904,198	18,588	7,667	26,255
61	896,375	18,432	7,823	26,255
62	888,393	18,273	7,982	26,255
63	880,248	18,110	8,145	26,255
64	871,937	17,944	8,311	26,255

65	863,456	17,775	8,481	26,255
66	854,803	17,602	8,653	26,255
67	845,973	17,425	8,830	26,255
68	836,963	17,245	9,010	26,255
69	827,770	17,062	9,193	26,255
70	818,389	16,874	9,381	26,255
71	808,817	16,683	9,572	26,255
72	799,050	16,488	9,767	26,255
73	789,083	16,289	9,966	26,255
74	778,914	16,086	10,169	26,255
75	768,537	15,878	10,377	26,255
76	757,949	15,667	10,588	26,255
77	747,145	15,451	10,804	26,255
78	736,120	15,231	11,024	26,255
79	724,871	15,006	11,249	26,255
80	713,393	14,777	11,478	26,255
81	701,680	14,543	11,712	26,255
82	689,729	14,304	11,951	26,255
83	677,534	14,060	12,195	26,255
84	665,091	13,812	12,443	26,255
85	652,394	13,558	12,697	26,255
86	639,438	13,299	12,956	26,255
87	626,218	13,035	13,220	26,255
88	612,728	12,766	13,490	26,255
89	598,963	12,491	13,765	26,255
90	584,918	12,210	14,045	26,255
91	570,587	11,924	14,331	26,255
92	555,963	11,631	14,624	26,255
93	541,042	11,333	14,922	26,255
94	525,816	11,029	15,226	26,255
95	510,280	10,719	15,536	26,255
96	494,427	10,402	15,853	26,255
97	478,250	10,079	16,176	26,255
98	461,745	9,749	16,506	26,255
99	444,902	9,413	16,842	26,255
100	427,717	9,069	17,186	26,255
101	410,181	8,719	17,536	26,255
102	392,287	8,362	17,893	26,255
103	374,029	7,997	18,258	26,255
104	355,398	7,625	18,630	26,255
105	336,388	7,245	19,010	26,255
106	316,990	6,857	19,398	26,255
107	297,197	6,462	19,793	26,255
108	277,001	6,058	20,197	26,255
109	256,392	5,647	20,608	26,255
110	235,364	5,227	21,028	26,255
111	213,907	4,798	21,457	26,255
112	192,012	4,361	21,895	26,255
113	169,671	3,914	22,341	26,255
114	146,875	3,459	22,796	26,255
115	123,614	2,994	23,261	26,255
116	99,879	2,520	23,735	26,255
117	75,660	2,036	24,219	26,255
118	50,947	1,542	24,713	26,255
119	25,731	1,039	25,217	26,255
120	0	525	25,731	26,255
TOTAL	**69,009,164**	**1,412,959**	**304,089**	

8.3 Ingresos anuales 2021-2031

8.3.1 Ingresos por ventas: al contado, al crédito, ventas totales, exportaciones.

Tabla 48

Ingresos por ventas[81]

	Precio
Habitaciones simples (5D/4N)	S/. 1,200
Habitaciones suites (5D/4N)	S/. 1,800

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Ingresos por habitaciones simples	S/. 452,400	S/. 788,457	S/. 992,191	S/. 1,198,572	S/. 1,407,602	S/. 1,619,276	S/. 1,833,601	S/. 2,050,574	S/. 2,270,195	S/. 2,492,464	S/. 2,717,381
Ingresos por habitaciones suites	S/. 450,000	S/. 808,673	S/. 1,017,631	S/. 1,229,305	S/. 1,443,695	S/. 1,660,796	S/. 1,880,617	S/. 2,103,153	S/. 2,328,406	S/. 2,556,374	S/. 2,787,058
Total	**S/. 902,400**	**S/. 1,597,130**	**S/. 2,009,822**	**S/. 2,427,878**	**S/. 2,851,297**	**S/. 3,280,072**	**S/. 3,714,218**	**S/. 4,153,727**	**S/. 4,598,601**	**S/. 5,048,838**	**S/. 5,504,439**

Elaboración propia

8.3.2 Recuperación de Capital de trabajo

Tabla 49

Recuperación de Capital de Trabajo

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Ventas		S/. 753	S/. 1,011	S/. 1,272	S/. 1,537	S/. 1,805	S/. 2,076	S/. 2,351	S/. 2,629	S/. 2,911	S/. 3,195	S/. 3,484
Variación % de las ventas			34.23%	25.84%	20.80%	17.44%	15.04%	13.24%	11.83%	10.71%	9.79%	9.02%
Capital de trabajo total		S/. 85,163	S/. 114,318	S/. 143,858	S/. 173,781	S/. 204,088	S/. 234,779	S/. 265,854	S/. 297,312	S/. 329,155	S/. 361,382	S/. 393,993
KW incremental	**-85,163**	**-S/. 29,155**	**-S/. 29,539**	**-S/. 29,923**	**-S/. 30,307**	**-S/. 30,691**	**-S/. 31,075**	**-S/. 31,459**	**-S/. 31,843**	**-S/. 32,227**	**-S/. 32,611**	
Recuperación de KW												**S/. 393,993**

Elaboración propia

[81] https://www.incatrekperu.com/full-day/full-day-fin-de-semana/fulldays/full-day-lunahuana

8.3.3 Valor de Desecho Neto del Activo Fijo

Tabla 50

Valor de Desecho Neto del Activo Fijo

ACTIVOS FIJOS	COSTO SIN IGV	Tasa de Depreciación	Depreciación anual	Valor en libros	% Valor comercial	Valor comercial	Utilidad o Perdida	Impuesto	VSN
50 HABITACIONES SIMPLES	S/. 175,908	10%	S/. 17,591	S/. 1,583,176	30%	S/. 52,773	-S/. 1,530,404	S/. 451,469	S/. 504,242
10 HABITACIONES SUITES	S/. 44,658	10%	S/. 4,466	S/. 401,923	30%	S/. 13,397	-S/. 388,526	S/. 114,615	S/. 128,013
LOBBY	S/. 7,660	10%	S/. 766	S/. 68,942	40%	S/. 3,064	-S/. 65,877	S/. 19,434	S/. 22,498
ÁREA DE EVENTOS	S/. 9,586	10%	S/. 959	S/. 86,270	40%	S/. 3,834	-S/. 82,436	S/. 24,319	S/. 28,153
ÁREA DE RELAJACIÓN	S/. 56,356	10%	S/. 5,636	S/. 507,203	40%	S/. 22,542	-S/. 484,661	S/. 142,975	S/. 165,517
GIMNASIO	S/. 8,737	10%	S/. 874	S/. 78,636	40%	S/. 3,495	-S/. 75,141	S/. 22,167	S/. 25,661
ÁREA DE EMPLEADOS	S/. 2,807	10%	S/. 281	S/. 25,259	40%	S/. 1,123	-S/. 24,137	S/. 7,120	S/. 8,243
ÁREA ADMINISTRATIVA	S/. 1,650	10%	S/. 165	S/. 14,850	40%	S/. 660	-S/. 14,190	S/. 4,186	S/. 4,846
ÁREA DE ALMACÉN	S/. 1,203	10%	S/. 120	S/. 10,831	40%	S/. 481	-S/. 10,349	S/. 3,053	S/. 3,534
COMPUTADORAS	S/. 5,759	25%	S/. 1,440	S/. 43,195	30%	S/. 1,728	-S/. 41,467	S/. 12,233	S/. 13,961
SEGURIDAD (CÁMARAS)	S/. 1,017	10%	S/. 102	S/. 9,153	50%	S/. 508	-S/. 8,644	S/. 2,550	S/. 3,058
PANELES SOLARES	S/. 4,623	10%	S/. 462	S/. 41,606	20%	S/. 925	-S/. 40,681	S/. 12,001	S/. 12,926
ASCENSOR	S/. 8,475	10%	S/. 847	S/. 76,271	35%	S/. 2,966	-S/. 73,305	S/. 21,625	S/. 24,591
Total	**S/. 328,439**		**S/. 33,708**	**S/. 2,947,315**		**S/. 107,497**	**-S/. 2,839,818**	**S/. 837,746**	**S/. 945,243**
IGV						**S/. 19,349**			
Total + IGV									**S/. 964,592**

Elaboración propia

8.4 Costos y Gastos anuales 2020-2031

8.4.1 Egresos Desembolsables

8.4.1.1 Presupuesto de compras Materias Primas y Materiales

Tabla 51

Presupuesto de compras Materias Primas y Materiales

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Amenities											
Jabón cremoso con envoltura de papel (20gr)	S/. 439	S/. 708	S/. 890	S/. 1,076	S/. 1,263	S/. 1,453	S/. 1,646	S/. 1,840	S/. 2,037	S/. 2,237	S/. 2,439
Shampoo tapa plana (30ml)	S/. 502	S/. 809	S/. 1,018	S/. 1,229	S/. 1,444	S/. 1,661	S/. 1,881	S/. 2,103	S/. 2,328	S/. 2,556	S/. 2,787
Acondicionador tapa plana (30ml)	S/. 502	S/. 809	S/. 1,018	S/. 1,229	S/. 1,444	S/. 1,661	S/. 1,881	S/. 2,103	S/. 2,328	S/. 2,556	S/. 2,787
Papel higiénico	S/. 376	S/. 607	S/. 763	S/. 922	S/. 1,083	S/. 1,246	S/. 1,410	S/. 1,577	S/. 1,746	S/. 1,917	S/. 2,090
Total con IGV	**S/. 1,818**	**S/. 2,931**	**S/. 3,689**	**S/. 4,456**	**S/. 5,233**	**S/. 6,020**	**S/. 6,817**	**S/. 7,624**	**S/. 8,440**	**S/. 9,267**	**S/. 10,103**
Total sin IGV	**S/. 1,541**	**S/. 2,484**	**S/. 3,126**	**S/. 3,776**	**S/. 4,435**	**S/. 5,102**	**S/. 5,777**	**S/. 6,461**	**S/. 7,153**	**S/. 7,853**	**S/. 8,562**
IGV	**S/. 277**	**S/. 447**	**S/. 563**	**S/. 680**	**S/. 798**	**S/. 918**	**S/. 1,040**	**S/. 1,163**	**S/. 1,288**	**S/. 1,414**	**S/. 1,541**

Elaboración propia

8.4.1.3 Presupuesto de Mano de Obra Directa

Tabla 52

Presupuesto de Mano de Obra Directa

Cargo	Sueldo mensual	Sueldo anual	Gratificación	CTS	ESSALUD	Costo anual	Sueldo mensual
Administrador	S/. 5,000	S/. 60,000	S/. 5,000	S/. 2,917	S/. 450	S/. 81,233	S/. 5,450
Jefe de ventas y marketing	S/. 3,000	S/. 36,000	S/. 3,000	S/. 1,750	S/. 270	S/. 48,740	S/. 3,270
Jefes de recursos y humanos	S/. 3,000	S/. 36,000	S/. 3,000	S/. 1,750	S/. 270	S/. 48,740	S/. 3,270
Botones	S/. 930	S/. 11,160	S/. 930	S/. 543	S/. 84	S/. 15,109	S/. 1,014
Recepcionista	S/. 1,200	S/. 14,400	S/. 1,200	S/. 700	S/. 108	S/. 19,496	S/. 1,308
Operario de sistemas	S/. 1,500	S/. 18,000	S/. 1,500	S/. 875	S/. 135	S/. 24,370	S/. 1,635
Mantenimiento de limpieza	S/. 930	S/. 11,160	S/. 930	S/. 543	S/. 84	S/. 15,109	S/. 1,014
Camarera - cuartelero	S/. 1,000	S/. 12,000	S/. 1,000	S/. 583	S/. 90	S/. 16,247	S/. 1,090
Total	**S/. 16,560**	**S/. 198,720**	**S/. 16,560**	**S/. 9,660**	**S/. 1,490**	**S/. 269,045**	**S/. 18,050**

Elaboración propia

Tabla 53

Planilla de Enero a Diciembre del 2021

Cargo	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Administrador	S/. 5,000	S/. 5,000	S/. 5,000	S/. 5,000	S/. 5,000	S/. 5,000	S/. 5,000	S/. 5,000	S/. 5,000	S/. 5,000	S/. 5,000	S/. 5,000	**S/. 60,000**
Jefe de ventas y marketing	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	**S/. 36,000**
Jefes de recursos y humanos	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	**S/. 36,000**
Botones	S/. 1,860	S/. 1,860	S/. 1,860	S/. 1,860	S/. 1,860	S/. 1,860	S/. 1,860	S/. 1,860	S/. 1,860	S/. 1,860	S/. 1,860	S/. 1,860	**S/. 22,320**
Recepcionista	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	**S/. 57,600**
Operario de sistemas	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	**S/. 14,400**
Mantenimiento de limpieza	S/. 930	S/. 930	S/. 930	S/. 930	S/. 930	S/. 930	S/. 930	S/. 930	S/. 930	S/. 930	S/. 930	S/. 930	**S/. 11,160**
Cuartelero	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	**S/. 48,000**
Total Sueldo Bruto	S/. 23,790	S/. 23,790	S/. 23,790	S/. 23,790	S/. 23,790	S/. 23,790	S/. 23,790	S/. 23,790	S/. 23,790	S/. 23,790	S/. 23,790	S/. 23,790	**S/. 285,480**
Gratificación							S/. 4,140					S/. 4,140	**S/. 8,280**
Total Sueldo + Gratificaciones	S/. 23,790	S/. 23,790	S/. 23,790	S/. 23,790	S/. 23,790	S/. 23,790	S/. 27,930	S/. 23,790	S/. 23,790	S/. 23,790	S/. 23,790	S/. 27,930	**S/. 293,760**
CTS					S/. 8,280						S/. 8,280		**S/. 16,560**
Essalud	S/. 1,490	S/. 1,490	S/. 1,490	S/. 1,490	S/. 1,490	S/. 1,490	S/. 1,490	S/. 1,490	S/. 1,490	S/. 1,490	S/. 1,490	S/. 1,490	**S/. 17,885**
Planilla Total	**S/. 25,280**	**S/. 25,280**	**S/. 25,280**	**S/. 25,280**	**S/. 33,560**	**S/. 25,280**	**S/. 29,420**	**S/. 25,280**	**S/. 25,280**	**S/. 25,280**	**S/. 33,560**	**S/. 29,420**	**S/. 328,205**

Elaboración propia

Tabla 54

Planilla del 2021 al 2031

Cargo	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Administrador	S/. 60,000	S/. 60,000	S/. 60,000	S/. 60,000	S/. 60,000	S/. 60,000	S/. 60,000	S/. 60,000	S/. 60,000	S/. 60,000	S/. 60,000
Jefe de ventas y marketing	S/. 36,000	S/. 36,000	S/. 36,000	S/. 36,000	S/. 36,000	S/. 36,000	S/. 36,000	S/. 36,000	S/. 36,000	S/. 36,000	S/. 36,000
Jefes de recursos y humanos	S/. 36,000	S/. 36,000	S/. 36,000	S/. 36,000	S/. 36,000	S/. 36,000	S/. 36,000	S/. 36,000	S/. 36,000	S/. 36,000	S/. 36,000
Botones	S/. 22,320	S/. 22,320	S/. 22,320	S/. 22,320	S/. 22,320	S/. 22,320	S/. 22,320	S/. 22,320	S/. 22,320	S/. 22,320	S/. 22,320
Recepcionista	S/. 57,600	S/. 57,600	S/. 57,600	S/. 57,600	S/. 57,600	S/. 57,600	S/. 57,600	S/. 57,600	S/. 57,600	S/. 57,600	S/. 57,600
Operario de sistemas	S/. 14,400	S/. 14,400	S/. 14,400	S/. 14,400	S/. 14,400	S/. 14,400	S/. 14,400	S/. 14,400	S/. 14,400	S/. 14,400	S/. 14,400
Mantenimiento de limpieza	S/. 11,160	S/. 11,160	S/. 11,160	S/. 11,160	S/. 11,160	S/. 11,160	S/. 11,160	S/. 11,160	S/. 11,160	S/. 11,160	S/. 11,160
Cuartelero	S/. 48,000	S/. 48,000	S/. 48,000	S/. 48,000	S/. 48,000	S/. 48,000	S/. 48,000	S/. 48,000	S/. 48,000	S/. 48,000	S/. 48,000
Total Sueldo Bruto	S/. 285,480	S/. 285,480	S/. 285,480	S/. 285,480	S/. 285,480	S/. 285,480	S/. 285,480	S/. 285,480	S/. 285,480	S/. 285,480	S/. 285,480
Gratificación	S/. 8,280	S/. 8,280	S/. 8,280	S/. 8,280	S/. 8,280	S/. 8,280	S/. 8,280	S/. 8,280	S/. 8,280	S/. 8,280	S/. 8,280
Total Sueldo + Gratificaciones	S/. 293,760	S/. 293,760	S/. 293,760	S/. 293,760	S/. 293,760	S/. 293,760	S/. 293,760	S/. 293,760	S/. 293,760	S/. 293,760	S/. 293,760
CTS	S/. 16,560	S/. 16,560	S/. 16,560	S/. 16,560	S/. 16,560	S/. 16,560	S/. 16,560	S/. 16,560	S/. 16,560	S/. 16,560	S/. 16,560
Essalud (9%)	S/. 17,885	S/. 17,885	S/. 17,885	S/. 17,885	S/. 17,885	S/. 17,885	S/. 17,885	S/. 17,885	S/. 17,885	S/. 17,885	S/. 17,885
Planilla Total	**S/. 328,205**	**S/. 328,205**	**S/. 328,205**	**S/. 328,205**	**S/. 328,205**	**S/. 328,205**	**S/. 328,205**	**S/. 328,205**	**S/. 328,205**	**S/. 328,205**	**S/. 328,205**

Elaboración propia

8.4.1.4 Presupuesto de Costos Indirectos.

Tabla 55

Presupuesto de Costos Indirectos

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Conjunto de sábana y edredón (simple)	S/. 8,000	S/. 8,000	S/. 8,000	S/. 8,000	S/. 8,000	S/. 8,000	S/. 8,000	S/. 8,000	S/. 8,000	S/. 8,000	S/. 8,000
Conjunto de sábana y edredón (queen)	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000
Almohadas	S/. 2,100	S/. 2,100	S/. 2,100	S/. 2,100	S/. 2,100	S/. 2,100	S/. 2,100	S/. 2,100	S/. 2,100	S/. 2,100	S/. 2,100
Toalla (set 2)	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600
Uniforme de personal c/ 6 meses	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600
Limpieza de habitación (limpiavidrios)	S/. 141	S/. 141	S/. 141	S/. 141	S/. 141	S/. 141	S/. 141	S/. 141	S/. 141	S/. 141	S/. 141
Limpieza de habitación (limpiador de piso)	S/. 171	S/. 171	S/. 171	S/. 171	S/. 171	S/. 171	S/. 171	S/. 171	S/. 171	S/. 171	S/. 171
Limpieza de habitación (lejía)	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180
Limpieza de habitación (paño microfibra)	S/. 155	S/. 155	S/. 155	S/. 155	S/. 155	S/. 155	S/. 155	S/. 155	S/. 155	S/. 155	S/. 155
Limpieza de habitación (bolsas de basura)	S/. 2,592	S/. 2,592	S/. 2,592	S/. 2,592	S/. 2,592	S/. 2,592	S/. 2,592	S/. 2,592	S/. 2,592	S/. 2,592	S/. 2,592
Servicio de lavado	S/. 12,582	S/. 16,890	S/. 21,254	S/. 25,675	S/. 30,153	S/. 34,687	S/. 39,278	S/. 43,926	S/. 48,631	S/. 53,392	S/. 58,210
Paquete turístico y movilidad	S/. 80,916	S/. 108,618	S/. 136,684	S/. 165,115	S/. 193,911	S/. 223,071	S/. 252,597	S/. 282,487	S/. 312,742	S/. 343,362	S/. 374,346
Servicio de restobar	S/. 75,240	S/. 100,998	S/. 127,096	S/. 153,533	S/. 180,309	S/. 207,423	S/. 234,878	S/. 262,671	S/. 290,804	S/. 319,276	S/. 348,087
Servicio de seguridad	S/. 28,800	S/. 28,800	S/. 28,800	S/. 28,800	S/. 28,800	S/. 28,800	S/. 28,800	S/. 28,800	S/. 28,800	S/. 28,800	S/. 28,800
Luz	S/. 9,000	S/. 12,081	S/. 15,203	S/. 18,365	S/. 21,568	S/. 24,811	S/. 28,095	S/. 31,420	S/. 34,785	S/. 38,191	S/. 41,637
Agua	S/. 14,400	S/. 19,330	S/. 24,325	S/. 29,384	S/. 34,509	S/. 39,698	S/. 44,953	S/. 50,272	S/. 55,656	S/. 61,105	S/. 66,619
CLARO (telefonia+tv+internet)	S/. 3,080	S/. 3,080	S/. 3,080	S/. 3,080	S/. 3,080	S/. 3,080	S/. 3,080	S/. 3,080	S/. 3,080	S/. 3,080	S/. 3,080
Total con IGV	**S/. 246,556**	**S/. 312,335**	**S/. 378,980**	**S/. 446,491**	**S/. 514,868**	**S/. 584,109**	**S/. 654,219**	**S/. 725,194**	**S/. 797,036**	**S/. 869,744**	**S/. 943,318**
Total sin IGV	**S/. 208,946**	**S/. 264,691**	**S/. 321,169**	**S/. 378,382**	**S/. 436,328**	**S/. 495,008**	**S/. 554,423**	**S/. 614,571**	**S/. 675,454**	**S/. 737,071**	**S/. 799,422**
IGV	**S/. 37,610**	**S/. 47,644**	**S/. 57,810**	**S/. 68,109**	**S/. 78,539**	**S/. 89,101**	**S/. 99,796**	**S/. 110,623**	**S/. 121,582**	**S/. 132,673**	**S/. 143,896**

Elaboración propia

8.4.1.5 Presupuesto de Gastos de Administración

Tabla 56

Presupuesto de Gastos de Administración

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Administrador	S/. 76,233	S/. 76,233	S/. 76,233	S/.76,233	S/. 76,233	S/.76,233	S/. 76,233	S/.76,233	S/. 76,233	S/. 76,233	S/. 76,233
Jefe de recursos y humanos	S/. 45,740	S/. 45,740	S/. 45,740	S/.45,740	S/. 45,740	S/.45,740	S/. 45,740	S/.45,740	S/. 45,740	S/. 45,740	S/. 45,740
Útiles: Regla 20 cm	S/. 2	S/. 2	S/. 2	S/. 2	S/. 2	S/. 2	S/. 2	S/. 2	S/. 2	S/. 2	S/. 2
Útiles: Resaltador	S/. 7	S/. 7	S/. 7	S/. 7	S/. 7	S/. 7	S/. 7	S/. 7	S/. 7	S/. 7	S/. 7
Útiles: Lapiceros Artesco x6 un	S/. 12	S/. 12	S/. 12	S/. 12	S/. 12	S/. 12	S/. 12	S/. 12	S/. 12	S/. 12	S/. 12
Útiles: Post-it	S/. 16	S/. 16	S/. 16	S/. 16	S/. 16	S/. 16	S/. 16	S/. 16	S/. 16	S/. 16	S/. 16
Útiles: Hojas bond 500	S/. 43	S/. 43	S/. 43	S/. 43	S/. 43	S/. 43	S/. 43	S/. 43	S/. 43	S/. 43	S/. 43
Útiles: Tinta impresora	S/. 130	S/. 130	S/. 130	S/. 130	S/. 130	S/. 130	S/. 130	S/. 130	S/. 130	S/. 130	S/. 130
Útiles: Liquid	S/. 7	S/. 7	S/. 7	S/. 7	S/. 7	S/. 7	S/. 7	S/. 7	S/. 7	S/. 7	S/. 7
Útiles: Organizador de rejilla	S/. 47	S/. 47	S/. 47	S/. 47	S/. 47	S/. 47	S/. 47	S/. 47	S/. 47	S/. 47	S/. 47
Total con IGV	**S/. 264**	**S/. 264**	**S/. 264**	**S/. 264**	**S/. 264**	**S/. 264**	**S/. 264**	**S/. 264**	**S/. 264**	**S/. 264**	**S/. 264**
Total sin IGV	**S/. 224**	**S/. 224**	**S/. 224**	**S/. 224**	**S/. 224**	**S/. 224**	**S/. 224**	**S/. 224**	**S/. 224**	**S/. 224**	**S/. 224**
IGV	**S/. 40**	**S/. 40**	**S/. 40**	**S/. 40**	**S/. 40**	**S/. 40**	**S/. 40**	**S/. 40**	**S/. 40**	**S/. 40**	**S/. 40**

Elaboración propia

8.4.1.6 Presupuesto de Gastos de Ventas

Tabla 57

Presupuesto de Gastos de Ventas

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Jefe de ventas y marketing	S/. 43,740	S/. 43,740	S/. 43,740	S/. 43,740	S/. 43,740	S/. 43,740	S/. 43,740	S/. 43,740	S/. 43,740	S/. 43,740	S/. 43,740
Total	**S/. 43,740**	**S/. 43,740**	**S/. 43,740**	**S/. 43,740**	**S/. 43,740**	**S/. 43,740**	**S/. 43,740**	**S/. 43,740**	**S/. 43,740**	**S/. 43,740**	**S/. 43,740**

Elaboración propia

8.4.2 Egresos no desembolsables

8.4.2.1 Depreciación

Tabla 58

Depreciación

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Otros equipos y bienes del activo fijo	S/. 32,268	S/. 32,268	S/. 32,268	S/. 32,268	S/. 32,268	S/. 32,268	S/. 32,268	S/. 32,268	S/. 32,268	S/. 32,268	S/. 32,268
Equipos de procesamiento de datos	S/. 1,440	S/. 1,440	S/. 1,440	S/. 1,440	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Depreciación Anual	S/. 33,708	S/. 33,708	S/. 33,708	S/. 33,708	S/. 32,268	S/. 32,268	S/. 32,268	S/. 32,268	S/. 32,268	S/. 32,268	S/. 32,268

Elaboración propia

Se calcula a partir de las inversiones en activos fijos sin IGV

8.4.2.2 Amortización de Intangibles

Tabla 59

Amortización de Intangibles

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Amortización	S/. 6,008	S/. 6,008	S/. 6,008	S/. 6,008	S/. 6,008	S/. 6,008	S/. 6,008	S/. 6,008	S/. 6,008	S/. 6,008	S/. 6,008

Elaboración propia

Se calcula a la partir de la inversión en activos intangibles sin IGV dividido entre los 10 años de vida del proyecto

8.4.3 Costos Fijos y Costos Variables

Tabla 60

Costos y Gastos Variables

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Amenities	S/. 1,818	S/. 2,441	S/. 3,071	S/. 3,710	S/. 4,357	S/. 5,013	S/. 5,676	S/. 6,348	S/. 7,028	S/. 7,716	S/. 8,412
Frigo bar	S/. 10,283	S/. 13,803	S/. 17,370	S/. 20,983	S/. 24,642	S/. 28,348	S/. 32,100	S/. 35,898	S/. 39,743	S/. 43,634	S/. 47,572
Servicio de lavado	S/. 12,582	S/. 16,890	S/. 21,254	S/. 25,675	S/. 30,153	S/. 34,687	S/. 39,278	S/. 43,926	S/. 48,631	S/. 53,392	S/. 58,210
Total	**S/. 24,683**	**S/. 33,134**	**S/. 41,695**	**S/. 50,368**	**S/. 59,153**	**S/. 68,048**	**S/. 77,055**	**S/. 86,173**	**S/. 95,402**	**S/. 104,742**	**S/. 114,194**

Elaboración propia

Tabla 61

Costos y Gastos Fijos

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Costos de la planilla para servicio	S/. 81,065	S/. 81,065	S/. 81,065	S/. 81,065	S/. 81,065	S/. 81,065	S/. 81,065	S/. 81,065	S/. 81,065	S/. 81,065	S/. 81,065
Costos indirectos	S/. 159,583	S/. 214,216	S/. 200,818	S/. 192,777	S/. 187,414	S/. 183,581	S/. 180,705	S/. 178,466	S/. 176,674	S/. 175,207	S/. 173,983
Alquiler	S/. 40,000	S/. 20,000	S/. 20,000	S/. 20,000	S/. 20,000	S/. 20,000	S/. 20,000	S/. 20,000	S/. 20,000	S/. 20,000	S/. 20,000
Gastos administrativos	S/. 116,904	S/. 116,904	S/. 116,904	S/. 116,904	S/. 116,904	S/. 116,904	S/. 116,904	S/. 116,904	S/. 116,904	S/. 116,904	S/. 116,904
Gastos de ventas	S/. 43,740	S/. 43,740	S/. 43,740	S/. 43,740	S/. 43,740	S/. 43,740	S/. 43,740	S/. 43,740	S/. 43,740	S/. 43,740	S/. 43,740
Depreciación	S/. 33,708	S/. 33,708	S/. 33,708	S/. 33,708	S/. 32,268	S/. 32,268	S/. 32,268	S/. 32,268	S/. 32,268	S/. 32,268	S/. 32,268
Amortización	S/. 6,008	S/. 6,008	S/. 6,008	S/. 6,008	S/. 6,008	S/. 6,008	S/. 6,008	S/. 6,008	S/. 6,008	S/. 6,008	S/. 6,008
Total	**S/. 481,007**	**S/. 515,640**	**S/. 502,243**	**S/. 494,201**	**S/. 487,398**	**S/. 483,565**	**S/. 480,689**	**S/. 478,451**	**S/. 476,659**	**S/. 475,192**	**S/. 473,968**

Elaboración propia

8.4.4 Costos de producción unitario y costo total unitario

Tabla 62

Costos de Producción Unitario

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Costos variables	S/. 24,683	S/. 33,134	S/. 41,695	S/. 50,368	S/. 59,153	S/. 68,048	S/. 77,055	S/. 86,173	S/. 95,402	S/. 104,742	S/. 114,194
Costos fijos	S/. 280,648	S/. 315,281	S/. 301,883	S/. 293,842	S/. 288,479	S/. 284,645	S/. 281,770	S/. 279,531	S/. 277,739	S/. 276,272	S/. 275,048
Costos de producción	**S/. 305,331**	**S/. 348,414**	**S/. 343,578**	**S/. 344,210**	**S/. 347,631**	**S/. 352,693**	**S/. 358,824**	**S/. 365,704**	**S/. 373,141**	**S/. 381,014**	**S/. 389,242**
Servicios de alojamiento	S/. 753	S/. 1,011	S/. 1,272	S/. 1,537	S/. 1,805	S/. 2,076	S/. 2,351	S/. 2,629	S/. 2,911	S/. 3,195	S/. 3,484
Costo de producción unitario	**S/. 405**	**S/. 345**	**S/. 270**	**S/. 224**	**S/. 193**	**S/. 170**	**S/. 153**	**S/. 139**	**S/. 128**	**S/. 119**	**S/. 112**

Elaboración propia

Tabla 63

Costos Total Unitario

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Costos y gastos variables	S/. 24,683	S/. 33,134	S/. 41,695	S/. 50,368	S/. 59,153	S/. 68,048	S/. 77,055	S/. 86,173	S/. 95,402	S/. 104,742	S/. 114,194
Costos y gastos fijos	S/. 481,007	S/. 515,640	S/. 502,243	S/. 494,201	S/. 487,398	S/. 483,565	S/. 480,689	S/. 478,451	S/. 476,659	S/. 475,192	S/. 473,968
Costos y gastos totales	**S/. 505,690**	**S/. 548,774**	**S/. 543,938**	**S/. 544,570**	**S/. 546,551**	**S/. 551,613**	**S/. 557,744**	**S/. 564,623**	**S/. 572,061**	**S/. 579,934**	**S/. 588,162**
Servicios de alojamiento	S/. 753	S/. 1,011	S/. 1,272	S/. 1,537	S/. 1,805	S/. 2,076	S/. 2,351	S/. 2,629	S/. 2,911	S/. 3,195	S/. 3,484
Costo total unitario	**S/. 672**	**S/. 543**	**S/. 428**	**S/. 354**	**S/. 303**	**S/. 266**	**S/. 237**	**S/. 215**	**S/. 197**	**S/. 181**	**S/. 169**

Elaboración propia

El nivel de ventas para no ganar, ni perder es de S/. 228,797, el cual vendría hacer el punto de equilibrio para la empresa en el primer año de operación (2021).

8.5 Estados Financieros Proyectados 2020 - 2031

8.5.1 Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja

- El impuesto a la renta es 29.5%
- Se asume el pago de liquidación de IGV e IR
- Todas las ventas se cobran al contado.
- Todos los costos se cancelan al contado
- Se reconoce el escudo fiscal de los intereses
- El horizonte de evaluación es de 10 años
- Todas las cifras se expresan en soles

8.5.2 Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado (costeo absorbente)

Tabla 65

Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado (costeo absorbente)

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Ventas	S/. 902,400	S/. 1,597,130	S/. 2,009,822	S/. 2,427,878	S/. 2,851,297	S/. 3,280,072	S/. 3,714,218	S/. 4,153,727	S/. 4,598,601	S/. 5,048,838	S/. 5,504,439
Costos de ventas	-S/. 305,331	-S/. 348,414	-S/. 343,578	-S/. 344,210	-S/. 347,631	-S/. 352,693	-S/. 358,824	-S/. 365,704	-S/. 373,141	-S/. 381,014	-S/. 389,242
Utilidad bruta	**S/. 597,069**	**S/. 1,248,716**	**S/. 1,666,243**	**S/. 2,083,667**	**S/. 2,503,666**	**S/. 2,927,378**	**S/. 3,355,393**	**S/. 3,788,024**	**S/. 4,225,460**	**S/. 4,667,824**	**S/. 5,115,197**
Gastos administrativos	-S/. 116,904	-S/. 116,904	-S/. 116,904	-S/. 116,904	-S/. 116,904	-S/. 116,904	-S/. 116,904	-S/. 116,904	-S/. 116,904	-S/. 116,904	-S/. 116,904
Gastos de ventas	-S/. 43,740	-S/. 43,740	-S/. 43,740	-S/. 43,740	-S/. 43,740	-S/. 43,740	-S/. 43,740	-S/. 43,740	-S/. 43,740	-S/. 43,740	-S/. 43,740
Gastos financieros	-S/. 299,275	-S/. 315,061	-S/. 579,271	-S/. 565,338	-S/. 547,587	-S/. 524,973	-S/. 496,162	-S/. 459,457	-S/. 412,696	-S/. 353,121	-S/. 315,061
Depreciación	-S/. 33,708	-S/. 33,708	-S/. 33,708	-S/. 33,708	-S/. 32,268	-S/. 32,268	-S/. 32,268	-S/. 32,268	-S/. 32,268	-S/. 32,268	-S/. 32,268
Amortización	-S/. 6,008	-S/. 6,008	-S/. 6,008	-S/. 6,008	-S/. 6,008	-S/. 6,008	-S/. 6,008	-S/. 6,008	-S/. 6,008	-S/. 6,008	-S/. 6,008
Utilidad antes de impuestos	**S/. 97,434**	**S/. 733,295**	**S/. 886,613**	**S/. 1,317,970**	**S/. 1,757,159**	**S/. 2,203,486**	**S/. 2,660,311**	**S/. 3,129,646**	**S/. 3,613,845**	**S/. 4,115,784**	**S/. 4,601,217**
Impuesto a la renta	-S/. 28,743	-S/. 216,322	-S/. 261,551	-S/. 388,801	-S/. 518,362	-S/. 650,028	-S/. 784,792	-S/. 923,246	-S/. 1,066,084	-S/. 1,214,156	-S/. 1,357,359
Utilidad neta	**S/. 68,691**	**S/. 516,973**	**S/. 625,062**	**S/. 929,169**	**S/. 1,238,797**	**S/. 1,553,457**	**S/. 1,875,520**	**S/. 2,206,401**	**S/. 2,547,761**	**S/. 2,901,627**	**S/. 3,243,858**

Elaboración propia

8.5.3 Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado (costeo directo)

Tabla 66

Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado (costeo directo) Elaboración propia

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Ventas	S/. 902,400	S/. 1,597,130	S/. 2,009,822	S/. 2,427,878	S/. 2,851,297	S/. 3,280,072	S/. 3,714,218	S/. 4,153,727	S/. 4,598,601	S/. 5,048,838	S/. 5,504,439
Costos variables	-S/. 24,683	-S/. 33,134	-S/. 41,695	-S/. 50,368	-S/. 59,153	-S/. 68,048	-S/. 77,055	-S/. 86,173	-S/. 95,402	-S/. 104,742	-S/. 114,194
Margen de contribución	**S/. 877,717**	**S/. 1,563,996**	**S/. 1,968,126**	**S/. 2,377,509**	**S/. 2,792,145**	**S/. 3,212,024**	**S/. 3,637,163**	**S/. 4,067,555**	**S/. 4,503,199**	**S/. 4,944,096**	**S/. 5,390,245**
Costos y gastos fijos	-S/. 481,007	-S/. 515,640	-S/. 502,243	-S/. 494,201	-S/. 487,398	-S/. 483,565	-S/. 480,689	-S/. 478,451	-S/. 476,659	-S/. 475,192	-S/. 473,968
Gastos financieros	-S/. 299,275	-S/. 315,061	-S/. 579,271	-S/. 565,338	-S/. 547,587	-S/. 524,973	-S/. 496,162	-S/. 459,457	-S/. 412,696	-S/. 353,121	-S/. 315,061
Utilidad antes de impuestos	**S/. 97,434**	**S/. 733,295**	**S/. 886,613**	**S/. 1,317,970**	**S/. 1,757,159**	**S/. 2,203,486**	**S/. 2,660,311**	**S/. 3,129,646**	**S/. 3,613,845**	**S/. 4,115,784**	**S/. 4,601,217**
Impuesto a la renta	-S/. 28,743	-S/. 216,322	-S/. 261,551	-S/. 388,801	-S/. 518,362	-S/. 650,028	-S/. 784,792	-S/. 923,246	-S/. 1,066,084	-S/. 1,214,156	-S/. 1,357,359
Utilidad neta	**S/. 68,691**	**S/. 516,973**	**S/. 625,062**	**S/. 929,169**	**S/. 1,238,797**	**S/. 1,553,457**	**S/. 1,875,520**	**S/. 2,206,401**	**S/. 2,547,761**	**S/. 2,901,627**	**S/. 3,243,858**

Elaboración propia

8.5.4 Flujo de Caja Proyectado Operativo

Tabla 67

Liquidación del IGV

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
IGV ingresos	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. 19,349
IGV egresos	S/. 305,448	S/. 37,928	S/. 48,132	S/. 58,413	S/. 68,829	S/. 79,378	S/. 90,060	S/. 100,876	S/. 111,826	S/. 122,910	S/. 134,127	S/. 145,477
Liquidación de IGV	**-S/. 305,448**	**-S/. 37,928**	**-S/. 48,132**	**-S/. 58,413**	**-S/. 68,829**	**-S/. 79,378**	**-S/. 90,060**	**-S/. 100,876**	**-S/. 111,826**	**-S/. 122,910**	**-S/. 134,127**	**-S/. 126,128**
Crédito fiscal	S/. 305,448	S/. 343,376	S/. 391,507	S/. 449,921	S/. 518,750	S/. 598,127	S/. 688,187	S/. 789,064	S/. 900,890	S/. 1,023,799	S/. 1,157,926	S/. -
IGV neto a pagar												**S/. 1,284,054**

Elaboración propia

Tabla 68

Flujo de Caja Operativo

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Ingresos	S/. 902,400	S/. 1,597,130	S/. 2,009,822	S/. 2,427,878	S/. 2,851,297	S/. 3,280,072	S/. 3,714,218	S/. 4,153,727	S/. 4,598,601	S/. 5,048,838	S/. 5,504,439
Costos de producción	-S/. 332,219	-S/. 399,111	-S/. 400,765	-S/. 469,043	-S/. 538,197	-S/. 608,226	-S/. 679,132	-S/. 750,914	-S/. 823,572	-S/. 897,107	-S/. 971,517
Gastos operativos*	-S/. 160,644	-S/. 160,644	-S/. 160,644	-S/. 160,644	-S/. 160,644	-S/. 160,644	-S/. 160,644	-S/. 160,644	-S/. 160,644	-S/. 160,644	-S/. 160,644
Impuesto a la renta	-S/. 28,743	-S/. 216,322	-S/. 261,551	-S/. 388,801	-S/. 518,362	-S/. 650,028	-S/. 784,792	-S/. 923,246	-S/. 1,066,084	-S/. 1,214,156	-S/. 1,357,359
Pago de IGV	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	-S/. 1,284,054
Flujo de caja operativo	**S/. 380,794**	**S/. 821,053**	**S/. 1,186,863**	**S/. 1,409,390**	**S/. 1,634,094**	**S/. 1,861,174**	**S/. 2,089,650**	**S/. 2,318,924**	**S/. 2,548,301**	**S/. 2,776,932**	**S/. 1,730,866**

Elaboración propia

* No incluye depreciación ni amortización

8.5.5 Flujo de Capital Proyectado

Tabla 69

Flujo de Capital Proyectado

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Activo fijo	-S/. 1,931,487											
Valor de desecho neto												S/. 964,592
Activo intangible	-S/. 70,893											
Inversión en capital de trabajo	-S/. 85,163	-S/. 29,155	-S/. 29,539	-S/. 29,923	-S/. 30,307	-S/. 30,691	-S/. 31,075	-S/. 31,459	-S/. 31,843	-S/. 32,227	-S/. 32,611	
Recuperación de capital de trabajo												S/. 393,993
Flujo de capital proyectado	**-S/. 2,087,543**	**-S/. 29,155**	**-S/. 29,539**	**-S/. 29,923**	**-S/. 30,307**	**-S/. 30,691**	**-S/. 31,075**	**-S/. 31,459**	**-S/. 31,843**	**-S/. 32,227**	**-S/. 32,611**	**S/. 1,358,585**

Elaboración propia

8.5.6 Flujo de Caja Económico Proyectado

Tabla 70

Flujo de Caja Económico Proyectado

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Flujo de caja operativo		S/. 380,794	S/. 821,053	S/. 1,186,863	S/. 1,409,390	S/. 1,634,094	S/. 1,861,174	S/. 2,089,650	S/. 2,318,924	S/. 2,548,301	S/. 2,776,932	S/. 1,730,866
Flujo de capital proyectado	-S/. 2,087,543	-S/. 29,155	-S/. 29,539	-S/. 29,923	-S/. 30,307	-S/. 30,691	-S/. 31,075	-S/. 31,459	-S/. 31,843	-S/. 32,227	-S/. 32,611	S/. 1,358,585
Flujo de caja económico	**-S/. 2,087,543**	**S/. 351,638**	**S/. 791,513**	**S/. 1,156,939**	**S/. 1,379,083**	**S/. 1,603,404**	**S/. 1,830,099**	**S/. 2,058,191**	**S/. 2,287,081**	**S/. 2,516,074**	**S/. 2,744,321**	**S/. 3,089,451**

Elaboración propia

8.5.7 Flujo de Servicio de la Deuda

Tabla 71

Flujo de Servicio de la Deuda

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Préstamo	S/. 1,158,892											
Interés		-S/. 282,663	-S/. 275,147	-S/. 275,147	-S/. 264,210	-S/. 250,277	-S/. 232,527	-S/. 209,912	-S/. 181,102	-S/. 144,397	-S/. 97,635	-S/. 38,060
Amortización		-S/. 16,612	-S/. 39,914	-S/. 50,850	-S/. 50,850	-S/. 64,783	-S/. 82,534	-S/. 105,149	-S/. 133,959	-S/. 170,664	-S/. 217,426	-S/. 277,001
Escudo fiscal		S/. 83,386	S/. 81,168	S/. 81,168	S/. 77,942	S/. 73,832	S/. 68,595	S/. 61,924	S/. 53,425	S/. 42,597	S/. 28,802	S/. 11,228
Flujo del servicio de la deuda	**S/. 1,158,892**	**-S/. 215,890**	**-S/. 233,892**	**-S/. 244,829**	**-S/. 237,119**	**-S/. 241,229**	**-S/. 246,465**	**-S/. 253,137**	**-S/. 261,636**	**-S/. 272,464**	**-S/. 286,258**	**-S/. 303,833**

Elaboración propia

8.5.8 Flujo de Caja Financiero

Tabla 72

Flujo de Caja Financiero

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Flujo de caja económico	-S/. 2,087,543	S/. 341,694	S/. 781,570	S/. 1,146,996	S/. 1,369,139	S/. 1,593,885	S/. 1,820,580	S/. 2,048,672	S/. 2,277,562	S/. 2,506,555	S/. 2,734,802	S/. 3,079,932
Flujo del servicio de la deuda	S/. 1,158,892	-S/. 215,890	-S/. 233,892	-S/. 244,829	-S/. 237,119	-S/. 241,229	-S/. 246,465	-S/. 253,137	-S/. 261,636	-S/. 272,464	-S/. 286,258	S/. 303,833
Flujo de caja financiero	**-S/. 928,651**	**S/. 125,805**	**S/. 547,677**	**S/. 902,167**	**S/. 1,132,020**	**S/. 1,352,656**	**S/. 1,574,114**	**S/. 1,795,535**	**S/. 2,015,926**	**S/. 2,234,091**	**S/. 2,448,544**	**S/. 2,776,099**

Elaboración propia

8.5.9 Estado de Situación Financiera

Tabla 73

Estado de Situación Financiera

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA			
Efectivo	S/. 85,163		
Crédito fiscal	S/. 305,448	Préstamo a largo plazo	S/. 1,158,892
Activo fijo	S/. 1,636,854		
Intangibles	S/. 60,079	Capital social	S/. 928,651
Total Activo	**S/. 2,087,543**	**Total Pasivo y Patrimonio**	**S/. 2,087,543**

Elaboración propia

Tabla 73

Estado de Situación Financiera en Dólares

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA			
Efectivo	$24,685		
Crédito fiscal	$88,536	Préstamo a largo plazo	$335,911
Activo fijo	$474,450		
Intangibles	$17,414	Capital social	$269,174
Total Activo	**$605,085**	**Total Pasivo y Patrimonio**	**$605,085**

Capitulo IX Evaluación Económico Financiera

9.1 Cálculo de la Tasa de Descuento

9.1.1 Costo de Oportunidad (Ke) – Modelo CAMP

Tabla 74

Costo de Oportunidad – Modelo CAMP

Beta desapalancada (Bd) [82]	0.89
Impuesto a la renta (t) [83]	29.50%
D	335,911
E	269,174
Ratio deuda-capital (D/E) [84]	1.25
Beta apalancada (Ba)	**1.67**
Tasa libre de riesgo (Rf) [85]	4.35%
Rendimiento de mercado (Rm)	14.02%
COK nominal USA (COK)	**20.53%**
Inflación USA [86]	1.76%
COK real USA	**18.45%**
Riesgo país Perú [87]	0.71%
COK real PERU $ (Ke)	**19.16%**

Elaboración propia

9.1.2 Costo de la deuda (Kd)

Tabla 75

Costo de la deuda

Tasa de interés anual $ (TEA)	12.52%
Inflación Perú [88]	2.35%
Tasa de interés real $ (Kd)	**9.94%**

Elaboración propia

[82] http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html
[83] http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/histretSP.html
[84] https://es.inflation.eu/tasas-de-inflacion/estados-unidos/inflacion-historica/ipc-inflacion-estados-unidos.aspx
[85] https://archivo.gestion.pe/noticia/712283/inflacion-promedio-peru-fue-35ultimos-diez-anos#:~:text=La%20inflaci%C3%B3n%20promedio%20en%20Per%C3%BA,Central%20de%20Reserva%20(BCR)
[86] http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html
[87] http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html
[88] http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

9.1.3 Costo Promedio Ponderado de Capital WACC

Tabla 76

Costo Promedio Ponderado de Capital

Préstamo (D)	335,911
Capital propio (E)	269,174
Impuesto a la renta (t)	29.50%
COK real PERU$ (Ke)	19.16%
Tasa de interés real $ (Kd)	9.94%
WACC	**12.41%**

Elaboración propia

9.2 Evaluación económica – financiera

9.2.1 Indicadores de Rentabilidad

a) VANE y VANF

Tabla 77

Tasa de descuento del Flujo de caja Económico ($)

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
FCE	- 605,085	101,924	251,970	340,590	399,734	470,000	535,709	601,822	668,167	734,542	800,701	1,165,047

VANE = $2,056,450

Elaboración propia

Tabla 78

Tasa de descuento del Flujo de caja Económico (S/.)

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
FCE	- 2,087,543	351,638	791,513	1,156,939	1,379,083	1,603,404	1,830,099	2,058,191	2,287,081	2,516,074	2,744,321	3,089,451

VANE = S/ 6,717,607

Elaboración propia

Tabla 79

Tasa de descuento de Flujo de caja Financiero ($)

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
FCF	- 269,174	39,347	184,175	269,625	331,004	400,079	464,269	528,449	592,331	655,567	717,727	1,076,979

VANF =	$1,263,021

Elaboración propia

Tabla 80

Tasa de descuento de Flujo de caja Financiero (S/.)

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
FCF	- 928,651	135,749	557,621	912,111	1,141,964	1,362,175	1,583,633	1,805,054	2,025,445	2,243,610	2,458,063	2,785,618

VANF =	S/ 4,126,192

Elaboración propia

b) TIRE y TIRF, TIR modificado

Tabla 81

TIR Económico y Modificado

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
FCE	- 2,087,543	351,638	791,513	1,156,939	1,379,083	1,603,404	1,830,099	2,058,191	2,287,081	2,516,074	2,744,321	3,089,451

TIRE	47
TIRM	28

Elaboración propia

Tabla 82

TIR Financiero y Modificado

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
FCF	- 928,651	135,749	557,621	912,111	1,141,964	1,362,175	1,583,633	1,805,054	2,025,445	2,243,610	2,458,063	2,785,618

TIRF	67
TIRM	39

Elaboración propia

c) PRI económico y financiero

Tabla 83

PRI Económico

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
FCE	-S/ 2,087,543	S/ 351,638	S/ 791,513	S/ 1,156,939	S/ 1,379,083	S/ 1,603,404	S/ 1,830,099	S/ 2,058,191	S/ 2,287,081	S/ 2,516,074	S/ 2,744,321	S/ 3,089,451
FCE descontado	-S/ 2,087,543	S/ 312,816	S/ 626,388	S/ 814,494	S/ 863,695	S/ 893,317	S/ 907,046	S/ 907,472	S/ 897,060	S/ 877,922	S/ 851,844	S/ 853,098
		-S/ 1,774,727	-S/ 1,148,340	-S/ 333,845								

PRI = año 3, -S/ 5

Elaboración propia

Tabla 84

PRI Financiero

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
FCF	-S/ 928,651	S/ 135,749	S/ 557,621	S/ 912,111	S/ 1,141,964	S/ 1,362,175	S/ 1,583,633	S/ 1,805,054	S/ 2,025,445	S/ 2,243,610	S/ 2,458,063	S/ 2,785,618
FCF descontado	-S/ 928,651	S/ 113,925	S/ 392,740	S/ 539,134	S/ 566,480	S/ 567,085	S/ 553,290	S/ 529,263	S/ 498,408	S/ 463,335	S/ 426,014	S/ 405,168
		-S/ 814,726	-S/ 421,986									

PRI = año 2, -S/ 9

Elaboración propia

d) B/C económico y financiero

Tabla 85

B/C Económico

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
FCE	-S/ 2,087,543	S/ 351,638	S/ 791,513	S/ 1,156,939	S/ 1,379,083	S/ 1,603,404	S/ 1,830,099	S/ 2,058,191	S/ 2,287,081	S/ 2,516,074	S/ 2,744,321	S/ 3,089,451
B/C económico	**S/ 4.2**											

Elaboración propia

Tabla 86

B/C Financiero

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
FCF	-S/ 928,651	S/ 135,749	S/ 557,621	S/ 912,111	S/ 1,141,964	S/ 1,362,175	S/ 1,583,633	S/ 1,805,054	S/ 2,025,445	S/ 2,243,610	S/ 2,458,063	S/ 2,785,618

B/C financiero	S/	5.4

Elaboración propia

9.2.2 Análisis del Punto de equilibrio

a) Costos Variables, Costos fijos

Tabla 84

Costos Variables y Fijos

COSTO VARIABLE	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Amenities	S/ 1,818	S/ 2,441	S/ 3,071	S/ 3,710	S/ 4,357	S/ 5,013	S/ 5,676	S/ 6,348	S/ 7,028	S/ 7,716	S/ 8,412
Frigo bar	S/ 10,283	S/ 13,803	S/ 17,370	S/ 20,983	S/ 24,642	S/ 28,348	S/ 32,100	S/ 35,898	S/ 39,743	S/ 43,634	S/ 47,572
Costo Variable Total	**S/ 12,101**	**S/ 16,244**	**S/ 20,441**	**S/ 24,693**	**S/ 29,000**	**S/ 33,361**	**S/ 37,776**	**S/ 42,246**	**S/ 46,771**	**S/ 51,350**	**S/ 55,984**
Unidades vendidas (Hab. Simple)	452	607	763	922	1083	1246	1410	1577	1746	1917	2090
Unidades vendidas (Hab. Suite)	301	404	509	615	722	830	940	1052	1164	1278	1394
CVU (Hab. Simple)	S/ 27	S/ 27	S/ 27	S/ 27	S/ 27	S/ 27	S/ 27	S/ 27	S/ 27	S/ 27	S/ 27
CVU (Hab. Suite)	S/ 40	S/ 40	S/ 40	S/ 40	S/ 40	S/ 40	S/ 40	S/ 40	S/ 40	S/ 40	S/ 40

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Costos fijos	S/ 320,363	S/ 354,996	S/ 341,599	S/ 333,557	S/ 326,754	S/ 322,921	S/ 320,046	S/ 317,807	S/ 316,015	S/ 314,548	S/ 313,324

Elaboración propia

b) Estimación y análisis del Punto de Equilibrio Económico y Financiero

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO}}{\text{PE \$}} = \frac{\text{COSTO FIJO}}{\text{pvu - cvu}}$$

Tabla 85

Punto de Equilibrio Económico

CONCEPTO	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Habitación simple	452	607	763	922	1083	1246	1410	1577	1746	1917	2090
Habitación suite	301	404	509	615	722	830	940	1052	1164	1278	1394
Precio habitación simple	S/ 350	S/ 350	S/ 350	S/ 350	S/ 350	S/ 350	S/ 350	S/ 350	S/ 350	S/ 350	S/ 350
Precio habitación suite	S/ 550	S/ 550	S/ 550	S/ 550	S/ 550	S/ 550	S/ 550	S/ 550	S/ 550	S/ 550	S/ 550
Ventas Totales (Hab. Simple)	**S/ 158,138**	**S/ 212,277**	**S/ 267,128**	**S/ 322,693**	**S/ 378,970**	**S/ 435,959**	**S/ 493,662**	**S/ 552,078**	**S/ 611,206**	**S/ 671,048**	**S/ 731,603**
Ventas Totales (Hab. Suite)	**S/ 165,669**	**S/ 222,385**	**S/ 279,849**	**S/ 338,059**	**S/ 397,016**	**S/ 456,719**	**S/ 517,170**	**S/ 578,367**	**S/ 640,312**	**S/ 703,003**	**S/ 766,441**
CFT	S/ 320,363	S/ 354,996	S/ 341,599	S/ 333,557	S/ 326,754	S/ 322,921	S/ 320,046	S/ 317,807	S/ 316,015	S/ 314,548	S/ 313,324
CVT	S/ 12,101	S/ 16,244	S/ 20,441	S/ 24,693	S/ 29,000	S/ 33,361	S/ 37,776	S/ 42,246	S/ 46,771	S/ 51,350	S/ 55,984
CVU (Hab. Simple)	$27	$27	$27	$27	$27	$27	$27	$27	$27	$27	$27
CVU (Hab. Suite)	$40	$40	$40	$40	$40	$40	$40	$40	$40	$40	$40
Costos Totales (Hab. Simple)	S/ 332,491	S/ 371,267	S/ 362,067	S/ 358,277	S/ 355,781	S/ 356,309	S/ 357,848	S/ 360,080	S/ 362,813	S/ 365,925	S/ 369,335
Costos Totales (Hab. Suite)	S/ 332,504	S/ 371,280	S/ 362,080	S/ 358,291	S/ 355,794	S/ 356,322	S/ 357,862	S/ 360,094	S/ 362,826	S/ 365,938	S/ 369,348
PE en unidades (Hab. Simple)	**991**	**1098**	**1057**	**1032**	**1011**	**999**	**990**	**983**	**978**	**973**	**969**
PE en unidades (Hab. Suite)	**628**	**696**	**670**	**654**	**641**	**633**	**628**	**623**	**620**	**617**	**615**
PE en soles (Hab. Simple)	**S/ 346,910**	**S/ 384,412**	**S/ 369,905**	**S/ 361,197**	**S/ 353,830**	**S/ 349,680**	**S/ 346,566**	**S/ 344,142**	**S/ 342,201**	**S/ 340,612**	**S/ 339,287**
PE en soles (Hab. Suite)	**S/ 345,608**	**S/ 382,970**	**S/ 368,517**	**S/ 359,842**	**S/ 352,503**	**S/ 348,367**	**S/ 345,265**	**S/ 342,850**	**S/ 340,917**	**S/ 339,334**	**S/ 338,014**

Elaboración propia

Tabla 86

Punto de Equilibrio Financiero

CONCEPTO	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Habitación simple	452	607	763	922	1083	1246	1410	1577	1746	1917	2090
Habitación suite	301	404	509	615	722	830	940	1052	1164	1278	1394
Precio habitación simple	S/ 350	S/ 350	S/ 350	S/ 350	S/ 350	S/ 350	S/ 350	S/ 350	S/ 350	S/ 350	S/ 350
Precio habitación suite	S/ 550	S/ 550	S/ 550	S/ 550	S/ 550	S/ 550	S/ 550	S/ 550	S/ 550	S/ 550	S/ 550
Ventas Totales (Hab. Simple)	**S/ 158,138**	**S/ 212,277**	**S/ 267,128**	**S/ 322,693**	**S/ 378,970**	**S/ 435,959**	**S/ 493,662**	**S/ 552,078**	**S/ 611,206**	**S/ 671,048**	**S/ 731,603**
Ventas Totales (Hab. Suite)	**S/ 165,669**	**S/ 222,385**	**S/ 279,849**	**S/ 338,059**	**S/ 397,016**	**S/ 456,719**	**S/ 517,170**	**S/ 578,367**	**S/ 640,312**	**S/ 703,003**	**S/ 766,441**
CFT	S/ 320,363	S/ 354,996	S/ 341,599	S/ 333,557	S/ 326,754	S/ 322,921	S/ 320,046	S/ 317,807	S/ 316,015	S/ 314,548	S/ 313,324
Gastos Financieros	-S/ 282,663	-S/ 275,147	-S/ 275,147	-S/ 264,210	-S/ 250,277	-S/ 232,527	-S/ 209,912	-S/ 181,102	-S/ 144,397	-S/ 97,635	-S/ 38,060
CVT	S/ 12,101	S/ 16,244	S/ 20,441	S/ 24,693	S/ 29,000	S/ 33,361	S/ 37,776	S/ 42,246	S/ 46,771	S/ 51,350	S/ 55,984
CVU simple	S/ 27	S/ 27	S/ 27	S/ 27	S/ 27	S/ 27	S/ 27	S/ 27	S/ 27	S/ 27	S/ 27
CVU suite	S/ 40	S/ 40	S/ 40	S/ 40	S/ 40	S/ 40	S/ 40	S/ 40	S/ 40	S/ 40	S/ 40
Costos Totales (Hab. Simple)	S/ 49,828	S/ 96,120	S/ 86,920	S/ 94,067	S/ 105,504	S/ 123,782	S/ 147,936	S/ 178,979	S/ 218,416	S/ 268,290	S/ 331,275
Costos Totales (Hab. Suite)	S/ 49,841	S/ 96,134	S/ 86,933	S/ 94,080	S/ 105,517	S/ 123,795	S/ 147,950	S/ 178,992	S/ 218,429	S/ 268,303	S/ 331,288
PE en unidades (Hab. Simple)	**117**	**247**	**206**	**215**	**237**	**280**	**341**	**423**	**531**	**671**	**852**
PE en unidades (Hab. Suite)	**74**	**157**	**130**	**136**	**150**	**177**	**216**	**268**	**337**	**425**	**540**
PE en soles (Hab. Simple)	**S/ 346,910**	**S/ 384,412**	**S/ 369,905**	**S/ 361,197**	**S/ 353,830**	**S/ 349,680**	**S/ 346,566**	**S/ 344,142**	**S/ 342,201**	**S/ 340,612**	**S/ 339,287**
PE en soles (Hab. Suite)	**S/ 345,608**	**S/ 382,970**	**S/ 368,517**	**S/ 359,842**	**S/ 352,503**	**S/ 348,367**	**S/ 345,265**	**S/ 342,850**	**S/ 340,917**	**S/ 339,334**	**S/ 338,014**

Elaboración propia

c) Comprobación

Tabla 87

Punto de Equilibrio Económico

CONCEPTO (Hab. Simple)	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Ingreso por ventas	S/ 346,910	S/ 384,412	S/ 369,905	S/ 361,197	S/ 353,830	S/ 349,680	S/ 346,566	S/ 344,142	S/ 342,201	S/ 340,612	S/ 339,287
Costo Variable Total	S/ 26,546	S/ 29,416	S/ 28,306	S/ 27,640	S/ 27,076	S/ 26,758	S/ 26,520	S/ 26,335	S/ 26,186	S/ 26,064	S/ 25,963
Margen de Contribución	S/ 320,363	S/ 354,996	S/ 341,599	S/ 333,557	S/ 326,754	S/ 322,921	S/ 320,046	S/ 317,807	S/ 316,015	S/ 314,548	S/ 313,324
Costo Fijo	S/ 320,363	S/ 354,996	S/ 341,599	S/ 333,557	S/ 326,754	S/ 322,921	S/ 320,046	S/ 317,807	S/ 316,015	S/ 314,548	S/ 313,324
Resultado	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -

CONCEPTO (Hab. Suite)	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Ingreso por ventas	S/ 345,608	S/ 382,970	S/ 368,517	S/ 359,842	S/ 352,503	S/ 348,367	S/ 345,265	S/ 342,850	S/ 340,917	S/ 339,334	S/ 338,014
Costo Variable Total	S/ 25,245	S/ 27,974	S/ 26,918	S/ 26,284	S/ 25,748	S/ 25,446	S/ 25,220	S/ 25,043	S/ 24,902	S/ 24,786	S/ 24,690
Margen de Contribución	S/ 320,363	S/ 354,996	S/ 341,599	S/ 333,557	S/ 326,754	S/ 322,921	S/ 320,046	S/ 317,807	S/ 316,015	S/ 314,548	S/ 313,324
Costo Fijo	S/ 320,363	S/ 354,996	S/ 341,599	S/ 333,557	S/ 326,754	S/ 322,921	S/ 320,046	S/ 317,807	S/ 316,015	S/ 314,548	S/ 313,324
Resultado	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -

Elaboración propia

Tabla 88

Punto de Equilibrio Financiero

CONCEPTO (Hab. Simple)	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Ingreso por ventas	S/ 40,824	S/ 86,466	S/ 71,958	S/ 75,093	S/ 82,814	S/ 97,885	S/ 119,259	S/ 148,033	S/ 185,839	S/ 234,887	S/ 298,073
Costo Variable Total	S/ 3,124	S/ 6,617	S/ 5,506	S/ 5,746	S/ 6,337	S/ 7,490	S/ 9,126	S/ 11,328	S/ 14,221	S/ 17,974	S/ 22,809
Margen de Contribución	S/ 37,700	S/ 79,850	S/ 66,452	S/ 69,347	S/ 76,477	S/ 90,395	S/ 110,133	S/ 136,706	S/ 171,618	S/ 216,913	S/ 275,264
Costo Fijo	S/ 320,363	S/ 354,996	S/ 341,599	S/ 333,557	S/ 326,754	S/ 322,921	S/ 320,046	S/ 317,807	S/ 316,015	S/ 314,548	S/ 313,324
Utilidad Operativa	S/ 282,663	S/ 275,147	S/ 275,147	S/ 264,210	S/ 250,277	S/ 232,527	S/ 209,912	S/ 181,102	S/ 144,397	S/ 97,635	S/ 38,060
Gastos Financieros	-S/ 282,663	-S/ 275,147	-S/ 275,147	-S/ 264,210	-S/ 250,277	-S/ 232,527	-S/ 209,912	-S/ 181,102	-S/ 144,397	-S/ 97,635	-S/ 38,060
Resultado	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -

CONCEPTO (Hab. Suite)	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Ingreso por ventas	S/ 40,671	S/ 86,142	S/ 71,688	S/ 74,812	S/ 82,504	S/ 97,518	S/ 118,812	S/ 147,478	S/ 185,142	S/ 234,006	S/ 296,955
Costo Variable Total	S/ 2,971	S/ 6,292	S/ 5,236	S/ 5,465	S/ 6,026	S/ 7,123	S/ 8,678	S/ 10,772	S/ 13,524	S/ 17,093	S/ 21,691
Margen de Contribución	S/ 37,700	S/ 79,850	S/ 66,452	S/ 69,347	S/ 76,477	S/ 90,395	S/ 110,133	S/ 136,706	S/ 171,618	S/ 216,913	S/ 275,264
Costo Fijo	S/ 320,363	S/ 354,996	S/ 341,599	S/ 333,557	S/ 326,754	S/ 322,921	S/ 320,046	S/ 317,807	S/ 316,015	S/ 314,548	S/ 313,324
Utilidad Operativa	S/ 282,663	S/ 275,147	S/ 275,147	S/ 264,210	S/ 250,277	S/ 232,527	S/ 209,912	S/ 181,102	S/ 144,397	S/ 97,635	S/ 38,060
Gastos Financieros	-S/ 282,663	-S/ 275,147	-S/ 275,147	-S/ 264,210	-S/ 250,277	-S/ 232,527	-S/ 209,912	-S/ 181,102	-S/ 144,397	-S/ 97,635	-S/ 38,060
Resultado	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -

Elaboración propia

9.3 Análisis de Sensibilidad unidimensional

a) Variables de Entrada

- Precio
- Cantidad de Demanda

b) Variables de Salida

- VANE
- VANF
- TIRE
- TIRF

c) Variables críticas del proyecto: Posibilidades de administrar el riesgo

Tabla 89

Variable de entrada: Precio ($)

VARIABLE DE ENTRADA: PRECIO					
VARIABLES DE SALIDA	**ESCENARIO OPTIMISTA**		**ESCENARIO ESPERADO**	**ESCENARIO PESIMISTA**	
PRECIO	10%	5%	0%	-5%	-10%
VANE	$2,363,770	$2,210,126	$2,056,450	$1,902,744	$1,749,007
VANF	$1,473,579	$1,368,535	$1,263,021	$1,157,045	$1,050,611
TIRE	53%	51%	48%	46%	44%
TIRF	77%	73%	69%	65%	61%

Elaboración propia

Tabla 90

Variable de entrada: Cantidad de Demanda ($)

VARIABLE DE ENTRADA: CANTIDAD DE DEMANDA					
VARIABLES DE SALIDA	**ESCENARIO OPTIMISTA**		**ESCENARIO ESPERADO**	**ESCENARIO PESIMISTA**	
COSTO	10%	5%	0%	-5%	-10%
VANE	$2,369,737	$2,213,094	$2,056,450	$1,899,807	$1,743,164
VANF	$1,478,784	$1,370,903	$1,263,021	$1,155,140	$1,047,259
TIRE	52%	50%	48%	46%	44%
TIRF	75%	72%	69%	66%	62%

Elaboración propia

Tabla 91

Variable de entrada: Precio (S/.)

VARIABLE DE ENTRADA: PRECIO					
VARIABLES DE SALIDA	**ESCENARIO OPTIMISTA**		**ESCENARIO ESPERADO**	**ESCENARIO PESIMISTA**	
PRECIO	10%	5%	0%	-5%	-10%
VANE	S/ 8,066,884	S/ 7,538,073	S/ 22,974,215	S/ 6,480,011	S/ 5,950,762
VANF	S/ 5,039,640	S/ 4,680,390	S/ 14,111,577	S/ 3,957,094	S/ 3,593,090
TIRE	54%	51%	47%	47%	44%
TIRF	80%	75%	67%	67%	62%

Elaboración propia

Tabla 92

Variable de entrada: Cantidad de Demanda (S/.)

VARIABLE DE ENTRADA: CANTIDAD DE DEMANDA					
VARIABLES DE SALIDA	**ESCENARIO OPTIMISTA**		**ESCENARIO ESPERADO**	**ESCENARIO PESIMISTA**	
COSTO	10%	5%	0%	-5%	-10%
VANE	S/ 8,079,972	S/ 7,544,544	S/ 22,974,215	S/ 6,473,687	S/ 5,938,255
VANF	S/ 4,997,307	S/ 4,632,633	S/ 14,111,577	S/ 3,903,287	S/ 3,538,612
TIRE	53%	51%	47%	47%	45%
TIRF	77%	74%	67%	68%	64%

Elaboración propia

Capítulo X Conclusiones y Recomendaciones

- El Proyecto del Hotel Jikisinkama presenta un concepto innovador atractivo e innovador para el mercado nacional y el cual puede ser aplicado en otros países debido a su adaptabilidad sociocultural.

- La inversión a realizar en el proyecto estaría conformada por el 60% que representa el préstamo bancario con la entidad BCP y el 40% que sería cubierto por los accionistas lo cual equivaldría a un monto total de inversión de s/.2.807.543.

- De acuerdo a los análisis financieros, el proyecto sería viable ya que los indicadores de rentabilidad VANE y VAN tienen un resultado positivo. Lo cual muestra que el proyecto si es rentable.

- El proyecto que tiene como nombre Jikisinkama hotel, es un proyecto el cual presente una alta inversión de activos fijos del 93.8% del total. Sin embargo, de acuerdo a los resultados de los indicadores de rentabilidad se identificó que el periodo de recuperación de este proyecto sería en un estimado de tres años y cuatros meses lo cual es un periodo corto. Los indicadores que prueban la viabilidad del proyecto es el VANE con s/.6.717.607, el VANF con s/. 4.126.192, la TIRE con 48% y la TIRF con 67%.

- La investigación de mercado del proyecto permitió identificar mejor los gustos y preferencias del segmento al cual este proyecto se dirige a fin de no sólo cubrir la necesidad sino, también darle un valor agregado al servicio.

- Aunque el estudio del proyecto tiene como resultado que es viable se considera que se podría optar por incursionar en otro mercado que sea de menor inversión y mayor rentabilidad en el tiempo.

- De acuerdo al estudio financiero se identificó que la TIRF del proyecto el cual equivale a 67% indica que la inversión en activos fijos es muy alta por lo que se podría incursionar en la búsqueda de mejores proveedores a fin de que este valor disminuya considerablemente.

- El objetivo de la sensibilidad para la parte de proyectos de inversión es generar escenarios los cuales te permitan efectuar cambios tanto en las variables de salida como en el de los resultados.

- La finalidad de todo análisis de sensibilidad te va a permitir disminuir cualquier riesgo y en consecuencia te ayudará a tomar mejores decisiones.

BIBLIOGRAFIA

- A donde Vivir. Recuperado de: https://www.adondevivir.com/propiedades/ib-venta-local-o-terreno-con-cabida-para-12-pisos!-56894685.html
- A donde Vivir. Recuperado de: https://www.adondevivir.com/propiedades/excelente-oportunidad-de-terreno-ideal-para-playa-de-57492788.html
- Aduantet. *Tratamiento arancelario por subpartida nacional* Recuperado de: http://www.aduanet.gob.pe/servlet/AIScrollini?partida=8302410000
- *Productos hoteleros ▷ Fábrica de amenities para hoteles, jabones*. (2019, 29 mayo). Productos para hoteles. https://www.aromalatina.com/
- Banco Central de la Reserva. (2018). Reporte de Inflación. Recuperado de http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/reporte-de-inflacion.html
- Banco Mundial (2018). *Estados Unidos*. Recuperado de: https://datos.bancomundial.org/pais/estados-unidos
- BANCO MUNDIAL (2019) Grupo Banco Mundial. Recuperado de: (https://datos.bancomundial.org/)
- BANCO MUNDIAL (2019) Grupo Banco Mundial. Recuperado de: (https://datos.bancomundial.org/pais/peru?view=chart)
- BANCO MUNDIAL (2019) Grupo Banco Mundial. Recuperado de: (https://datos.bancomundial.org/pais/espana?view=chart)
- Banco mundial (2019) Grupo Banco Mundial. Recuperado de: (https://datos.bancomundial.org/pais/estados-unidos?view=chart)
- Banco mundial (2019) Grupo Banco Mundial. Recuperado de: (https://datos.bancomundial.org/pais/argentina?view=chart)
- blob: file:///d3032531-3803-49f6-b567-b80c7b90de5b
- Cambios culturales del Peru (2014). Recuperado de: https://centroderecursos.cultura.pe/sites/default/files/rb/pdf/CambiosculturalesenelPeru.pdf
- https://canvanizer.com/canvas/GH6beUKiZogFdYsS4lRI6kK1SfLAwIsj
- Claudia Ortega (2020, Mayo 23).Entrevista Waldin Duran. Recuperado de https://youtu.be/cjZShOFuUvk
- *CEREM (2020) International Business School. Recuperado de: https://www.cerem.pe/blog/estructura-de-la-legislacion-ambiental-en-espana*
- CLARO. Recuperado de: https://www.claro.com.pe/personas/
- Datos Macro (2018). *España – Exportaciones de Mercancías*. Recuperado de https://datosmacro.expansion.com/comercio/exportaciones/espana
- Datos Macro (2019). *Argentina Economía y demografía*. Recuperado de: https://datosmacro.expansion.com/paises/argentina
- Datos Macro (2019). *EE. UU Economía y demografía.* Recuperado de: https://datosmacro.expansion.com/paises/ee.uu
- Datos Macro (2019). *España Economía y demografía*. Recuperado de: https://datosmacro.expansion.com/paises/espana
- Datos.bancomundial.org. (2018). Disponible en: https://datos.bancomundial.org/pais/estados-unidos
- Datos.bancomundial.org. (2018). Disponible en: https://datos.bancomundial.org/pais/Argetina

- Datos.bancomundial.org. (2018). Disponible en: https://datos.bancomundial.org/pais/España
- Datos.bancomundial.org. (2018). Disponible en: https://datos.bancomundial.org
- Datos Macro (2018) *Argentina- Exportaciones de mercancías*. Recuperado de https://datosmacro.expansion.com/paises/argentina
- Darwin Robles Luján (19 Febrero de 2020). 6 pasos para constituir una empresa en Perú, Diario Correo https://diariocorreo.pe/economia/pasos-para- constituir-una-empresa-en-peru-839715/
- *El peruano (2017). Inversión hotelera llegara a los 1141 mlloms. Recuperado de: http://www.elperuano.pe/noticia-inversion-hotelera-llegara-a-los-1141-mllnsentre-2017-y-2021-57311.aspx*
- El peruano (2020). *Ley que modifica la ley 29090, ley de regulación de habilitaciones urbanas y de edificaciones.* Recuperado de: https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-la-ley-29090-ley-de-regulacion-de-habilita-ley-n-30494-1410669-1/
- El peruano. Decreto Supremo que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley N° 29090, Ley de Regulación de Habilitaciones Urbanas y de Edificaciones. https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-aprueba-el-texto-unico-ordenado-de-la-le-decreto-supremo-n-006-2017-vivienda-1491051-10/
- file:///C:/Users/Yane/Downloads/ENCC%202017%20Informe%20General.pdf
- Gestión (2017). *Aumenta en EE.UU. debate sobre el creciente poder del sector tecnológico.* https://gestion.pe/tecnologia/aumenta-ee-uu-debate-creciente-sector-tecnologico-144114-noticia/
- *Gestión (2020). Marco normativo medio ambiental de Argentina. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Marco_normativo_medio_ambiental_de_Argentina*
- Gestión (2019). *Conozca las tendencias de la tecnología para el 2019*. Recuperado de: https://gestion.pe/tecnololia/conozca-tendencias-tecnologia-2019-258878-noticia/
- http://www.ciaindumentaria.com.ar/plataforma/espana-etiqueta-cultural-y-de-negocios/
- INCATREK TOUR OPERADOR . (s. f.). INCATREK TOUR OPERADOR . Recuperado 20 de junio de 2020, de • https://www.incatrekperu.com/full- day/full-day-fin-de-semana/fulldays/full-day-lunahuana1 Indecopi (2020). Recuperado de: https://www.indecopi.gob.pe/indecopi
- INEI (2019) Instituto Nacional de Estadísticas e Informática. Recuperado de: (http://m.inei.gob.pe/)
- INEI (2019). *El Peru tiene una población de 31 millones 488-mil 625-habitantes*. Recuperado de tihttp://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-peru-tiene-una-poblacion-de-31-millones-488-mil-625-habitantes-9196/
- INEI. Recuperado de: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1483/cap22/cap22.pdf
- INEI (2019). *Exportaciones e importacione*s. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/exportaciones-e-importaciones/6/

- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). *PBI Trimestral*. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/pbi-trimestral/2/
- Ittrends (2020*). El crecimiento de la inversión tecnológica en España se ralentizó en 2019. Recuperado de:* https://www.ittrends.es/actualidad/2020/01/el-crecimiento-de-la-inversion-tecnologica-en-espana-se-ralentizo-en-2019
- Ley del Sistema Nacional de Evaluación del Impacto ambiental 2016, Diciembre, 23 http://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2017/04/Ley- N%C2%B0-27446.pdf
- Marketing director. *10 tendencias culturales, sociales y tecnológicas que tener muy en cuenta este 2018* https://www.marketingdirecto.com/especiales/recopilatorios-2017-tendencias-2018/10-tendencias-culturales-sociales-y-tecnologicas-2018
- MARIA LAOS. (2020, 1 mayo). *CECILIA PATIÑO* [Vídeo]. YouTube.
- https://www.youtube.com/watch?v=cpcCQ376m2I
- *Entrevista 2 - Cecilia Patiño (Parte 1)*. (2020, 2 mayo). [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=9uuIZ9m_eAA&t=171s –
- Miraflores (2018). Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA). Recuperado de https://www.miraflores.gob.pe/tupa/
- Municipalidad de Miraflores (2020) Recuperado de: https://www.miraflores.gob.pe/los-servicios/comercializacion/licencia-de-funcionamiento/
- Municipalidad de Miraflores (2020). Recuperado de: https://www.miraflores.gob.pe/los-servicios/comercializacion/licencia-de-funcionamiento/preguntas-frecuentes/
- Municipalidad de Miraflores (2020). Recuperado de: https://www.miraflores.gob.pe/los-servicios/comercializacion/licencia-de-funcionamiento/preguntas-frecuentes/
- Municipalidad de Miraflores (2020). Recuperado de: https://www.miraflores.gob.pe/los-servicios/comercializacion/licencia-de-funcionamiento/preguntas-frecuentes/
- Municipalidad de Miraflores. Recuperado de: https://www.miraflores.gob.pe/Gestorw3b/files/pdf/6755-8938-hoteles_mincetur.pdf
- *Organización Mundial del Turismo(2019). Panorama de turismo internacional. https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237*
- PROMART. Recuperado de: https://www.promart.pe
- PromIdPeru. Perfi extranjeros. Recuperado de: https://www.promidperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads_perfiles_extranjeros_40_Book_PTE_2017_FINAL.pdf
- *PromPeru (2018). Lugar visitado – Lima Recuperado: https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Lugar%20visitado%20-*
- *PromPeru. Lugar visitado – Lima. Recuperado de:https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Lugar%20visitado%20%20Lima&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/41/tips/2611/PT*

E18Lima.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&peso=100940

- *Researchgate (2013). Boca a boca tradicional vs. electrónico. La participación como factor explicativo de la influencia del boca a boca electrónico.*
- RIPLEY. Recuperado de: https://simple.ripley.com.pe/
- SODIMAC. Recuperado de: https://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/
- Sunat (2020). Recuperado de: http://www.sunat.gob.pe
- *SUNAT. Legislación. Recuperado de: http://www.sunat.gob.pe/legislacion/comprob/regla/conexas/dleg919.ht*
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2018). Tasa de interés promedio. Recuperado de http://www.sbs.gob.pe/estadisticas/tasa-de-interes/tasas-de-interés-promedio
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2018). Tipo de Cambio. Recuperado de http://www.sbs.gob.pe/estadisticas/tipo-de-cambio
- *Turismo In*. (2019). PROM PERÚ. https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Lugar%20visitado%20-%20Lima&url=%7E/Uploads/perfiles_extranjeros/42/tips/2656/PTE%202019%20-%20Visita%20Lima.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&peso=99068
- Vía País (2020). L*a plataforma que es un boom en la cuarentena sumó un nuevo escándalo que involucra a miles de usuarios.* Recuperado de: https://viapais.com.ar/argentina/1682242-zoom-con-mas-problemas-miles-de-videollamadas-quedaron-expuestas-en-internet/
- Vuela viajes (2016). *Las ciudades más importantes*. Recuperado de: https://www.vuelaviajes.com/las-ciudades-mas-importantes-de-argentina/

- "España". Autor: Julia Máxima Uriarte. Para: Caracteristicas.co. Última edición: 10 de marzo de 2020. Disponible en: https://www.caracteristicas.co/espana/. Consultado: 20 de junio de 2020.

ANEXO

Anexo N°1

"Las Américas"

SERVICIO DE LAVANDERÍA COMERCIAL E INDUSTRIAL

LISTA DE PRECIOS-HOTELES 2020

Edredones 2pl	**S/. 10.00**
Edredones queen	**S/. 13.00**
Frazada	**S/. 10.00**
Fundas	**S/. 0.60**
Sabanas	**S/. 1.30**
Toallas grandes	**S/. 1.20**
Toallas de mano	**S/. 0.70**
Pisos de baño	**S/. 0.80**
Protector de colchón	**S/. 8.00**
Batas	**S/. 8.00**
Cortinas	**S/. 6.00**

- **PRECIO NO INCLUYE I.G.V.**
- El servicio de lavandería-hoteles **se entregara el mismo día del recojo**, ya que contamos con maquinaria nueva y de última generación.
- Precios a tartar - **mejoramos cualquier oferta.**
- Correo electrónico: **rlvksac@gmail.com**

Anexo N°2

CIENEGUILLA TOURS

Estimada Srta. Yanella Camacho

En respuesta a su solicitud de la cotización le hacemos mención lo siguiente.

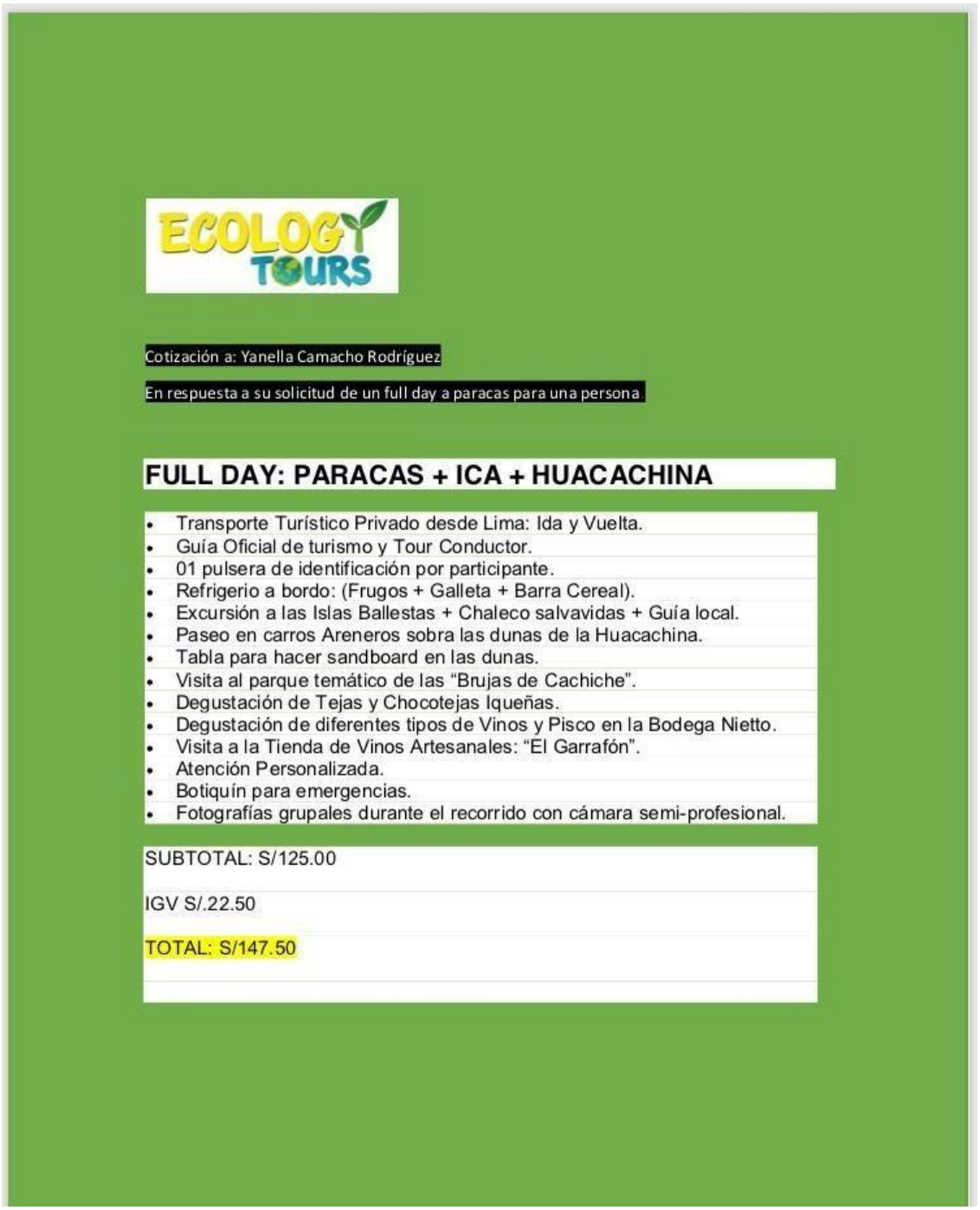
Cantidad	Descripción	Precio
1	Tour Lunahuaná Aventurera (INCLUYE CANOTAJE O CUATRIMOTO)	S/.99.00

SUBTOTAL	S/99.00
IGV	S/17.82
TOTAL	S/116.82

NUESTRO PROGRAMA INCLUYE:

- Transporte turístico ida y vuelta
- Desayuno abordo (Galleta, Jugo durazno, cereal bar)
- Guia de turismo.
- 1 vino artesanal grupos de 7 a más personas.
- Visita a Lunahuaná.
- **Canotaje ó cuatrimoto.Tú elijes 1 deporte de aventura.
- Visita a Cerro Azul y muelle, vista a la playa.
- Vista a centro Arqueológico "INCAHUASI".
- Gratis degustaciòn de vino.
- Gratis degustación pisco.
- Gratis degustación de Miel de abeja -variedades.
- Visita a la Iglesia Colonial.
- City tour Plaza de Armas.
- Exposición de elaboración de Vino,Pisco y Miel.
- Apicultura y vitivinicola
- SOAT contra accidentes.
- Botiquín de Primeros auxilios.
- Sorteos y animación.
- Fotografía durante el recorrido.

Anexo N°3



ECOLOGY TOURS

Cotización a: Yanella Camacho Rodríguez

En respuesta a su solicitud de un full day a paracas para una persona

FULL DAY: PARACAS + ICA + HUACACHINA

- Transporte Turístico Privado desde Lima: Ida y Vuelta.
- Guía Oficial de turismo y Tour Conductor.
- 01 pulsera de identificación por participante.
- Refrigerio a bordo: (Frugos + Galleta + Barra Cereal).
- Excursión a las Islas Ballestas + Chaleco salvavidas + Guía local.
- Paseo en carros Areneros sobra las dunas de la Huacachina.
- Tabla para hacer sandboard en las dunas.
- Visita al parque temático de las "Brujas de Cachiche".
- Degustación de Tejas y Chocotejas Iqueñas.
- Degustación de diferentes tipos de Vinos y Pisco en la Bodega Nietto.
- Visita a la Tienda de Vinos Artesanales: "El Garrafón".
- Atención Personalizada.
- Botiquín para emergencias.
- Fotografías grupales durante el recorrido con cámara semi-profesional.

SUBTOTAL: S/125.00

IGV S/.22.50

TOTAL: S/147.50

Anexo N°4

INKATREK TOUR OPERADOR

Dirección: Av. Benavides 255 Oficina C Miraflores - Lima - Perú.

Teléfono: 934197002 / 952294292.

Presupuesto para:

Nombre: Yanella Camacho Rodríguez

Compañía: Hotel Jikisinkama S.A.C

Dirección: Av Larco – Miraflores

Telefono: 990252152

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO
1	Fill day lunahuana 1 Adulto incluye trasporte Lima-Lunahuana-Lima. 1 desayuno a bordo Fotografía artística Excursiones a Cerro Azul, centro arqueológico "INCAHUASI", observación de los caminos Incas Tupas Yupanqui, City tour.	s/69.00
	SUBTOTAL	S/69.00
	IGV	S/12.42
	TOTAL	S/81.42

Anexo N°5

Ver mapa
Filtrar
Relevantes
2 / 5
S/ 20,000
Alquiler de Terreno en Esquina Av Reducto, Miraflor...
Av. Reducto 1421, Miraflores, Lima
858 m² totales 858 m² techados 0 Dormitorios 0 Baños
Se alquila terreno sin construir en esquina, Av. Reducto, Miraflores. Comercio Zonal (cz), 7 pisos compatible con vivienda de ser...
Publicado hace 44 días
Bienvenido a Adondevivir
Ingresar con un email
ó

Anexo N°6

AA
sodimac.com.pe
5
Televisores
AOC
Televisor Smart LED FHD 32" 32S5295
Modelo 32S5295 | Código 3620492
(1)
32"
Smart TV
LED
Full HD
Garantía extendida
Danos tu opinión
1
Agregar al carro

Anexo N°7

sodimac.com.pe
5
Imbatibles
Osram
Pack x5 Foco LED 12w Luz Cálida E27
Código 3217604
(3)
PACK X5
LUZ CÁLIDA
OSRAM
OSRAM
OSRAM
OSRAM
OSRAM
IMBATIBLE
S/ 32.90 C/U
Danos tu opinión

Anexo N°8

sodimac.com.pe
5
Productos Outlet
Silcosil
Ropero 2 Puertas
Código 2762811
(1)
PRECIO INTERNET
S/ 229.90 C/U
Normal S/ 349.90 C/U

Anexo N°9

sodimac.com.pe
5
Veladores
Producto Exclusivo
Velador Malbec 2 Cajones
Código 2103710
(0)
S/ 149.90 C/U

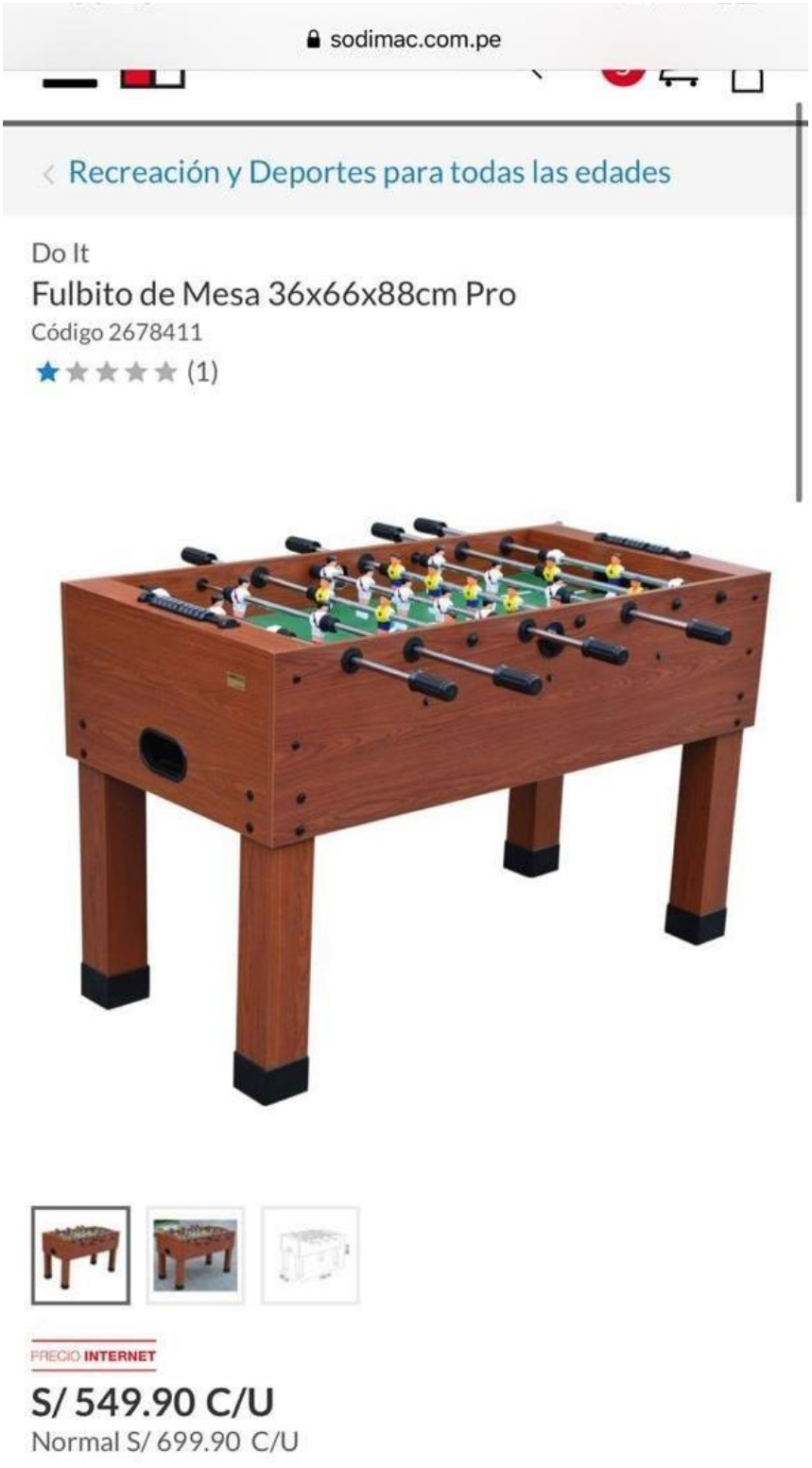
Anexo N°10

sodimac.com.pe
5
Aire libre, Jardín y Mascotas
Do It
Mesa de Billar 213x118x78cm de madera
Modelo Madera | Código 2678446
(5)
AHORA COMPRA EN CUOTAS
CON CUALQUIER TARJETA DE CRÉDITO
PRECIO INTERNET
S/ 899.90 C/U

Anexo N°11

5
Santa Beatriz
Santa Beatriz
Mesa de Ping Pong Escolar de 15mm
Modelo MPP-660 | Código 3643476
(0)
S/ 1,850.00 C/U

Anexo N°12


sodimac.com.pe
Recreación y Deportes para todas las edades
Do It
Fulbito de Mesa 36x66x88cm Pro
Código 2678411
(1)
PRECIO INTERNET
S/ 549.90 C/U
Normal S/ 699.90 C/U

Anexo N°13

sodimac.com.pe
5
Productos Cyber con mayor ahorro
D'acqua
Tina Hidromasaje Premium
Modelo FBT80526 | Código 1632698
(1)
OUTLET
Difusor de ducha flexible 1.5m
Grifería fija
8 Vets cromados
2 almohadillas respaldares
S/ 1,899.90 C/U
Normal S/ 3,299.00 C/U

Anexo N°14

Inicio / CARDIO / TROTADORA / Trotadora Eléctrica Treadmill 8352 de 1.5HP

Trotadora Eléctrica Treadmill 8352 de 1.5HP

~~S/1,049.00~~ **S/849.00**

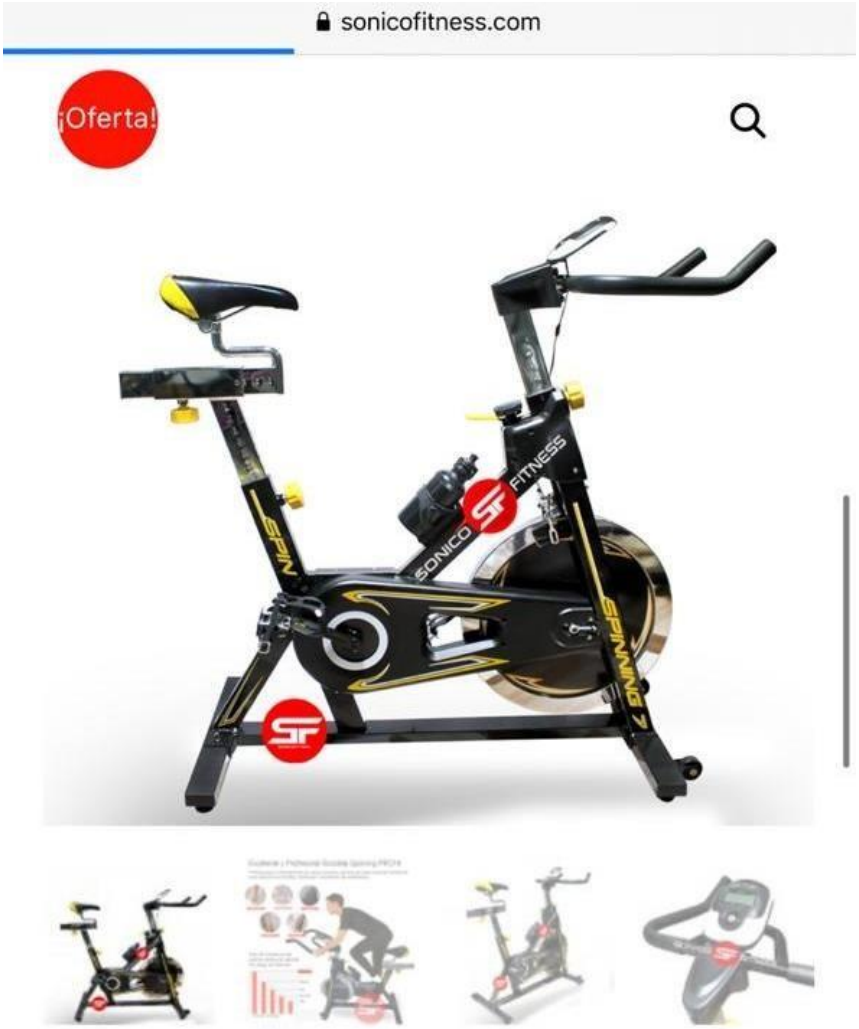
Anexo N°15

Inicio / MÁQUINAS DE MUSCULACIÓN / HOME GYM / BANCAS / Banca de Pesas Multifuncional Hammer con Rack de barras y Piernas

Banca de Pesas Multifuncional Hammer con Rack de barras y Piernas

~~S/1,599.00~~ **S/1,249.00**

Anexo N°16



Inicio / CARDIO / SPINNING / Bicicleta de Spinning PRO19 Volante 20k

Bicicleta de Spinning PRO19 Volante 20k

~~S/1,299.00~~ **S/999.00**

Anexo N°17

Inicio / PESAS Y BARRAS / DISCOS / Set Barra Recta Olímpica de 20Kg + 30kg Olímpicos + Ganchos

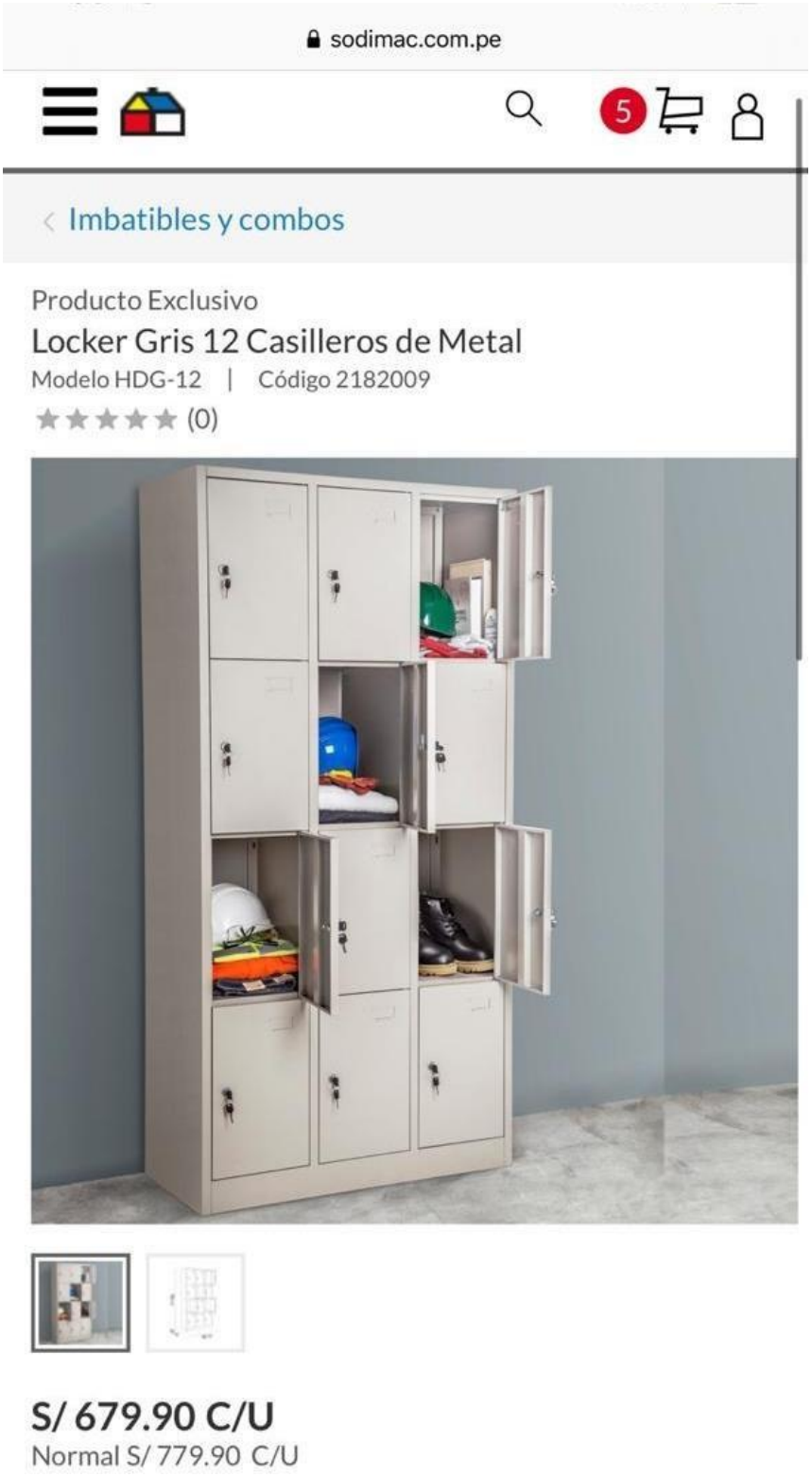
Set Barra Recta Olímpica de 20Kg + 30kg Olímpicos + Ganchos

~~S/999.00~~ **S/799.00**

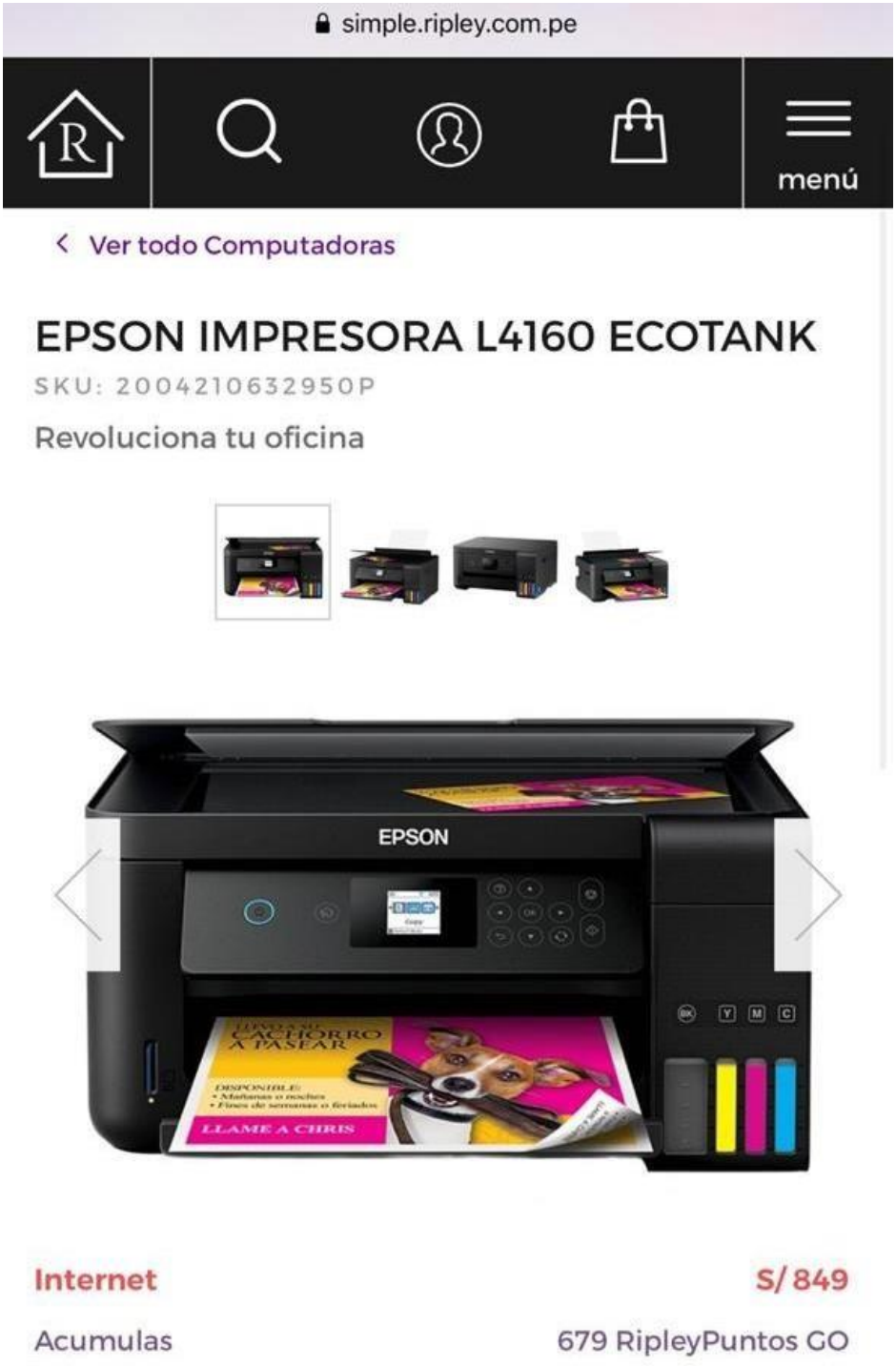
Anexo N°18

sonicofitness.com
¡Oferta!
SET 40KG
PESAS IRON
SONICO
FITNESS
Inicio / Sin categoría / Set Pesas 40kg Iron con 2 mancuernas + ajustadores
Set Pesas 40kg Iron con 2 mancuernas + ajustadores
S/499.00 S/399.00

Anexo N°19


sodimac.com.pe
5
Imbatibles y combos
Producto Exclusivo
Locker Gris 12 Casilleros de Metal
Modelo HDG-12 | Código 2182009
(0)
S/ 679.90 C/U
Normal S/ 779.90 C/U

Anexo N°20


simple.ripley.com.pe
menú
Ver todo Computadoras
EPSON IMPRESORA L4160 ECOTANK
SKU: 2004210632950P
Revoluciona tu oficina
EPSON
CACHORRO A PASEAR
LLAME A CHRIS
Internet
S/ 849
Acumulas
679 RipleyPuntos GO