



**UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**“PROYECTO DE NEGOCIO CASA DE RECREO Y DESCANSO
FAMILIAR EN SANTA CRUZ DE FLORES – CAÑETE”**

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

PRESENTADO POR

Bach. MONJE SANTANDER, LUISA VICTORIA
<https://orcid.org/0000-0002-0398-7782>

ASESOR

Dr. CASTILLO PALACIOS, FREDDY WILLIAM
<https://orcid.org/0000-0001-5815-6559>

**LIMA – PERÚ
2023**

MONJE LUISA

INFORME DE ORIGINALIDAD

10%

INDICE DE SIMILITUD

9%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	2%
2	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	www.gob.pe Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Unviersidad de Granada Trabajo del estudiante	1%
5	es.scribd.com Fuente de Internet	<1%
6	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1%
7	idoc.pub Fuente de Internet	<1%
8	repository.javeriana.edu.co Fuente de Internet	<1%
9	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1%

10	www.munisantacruzdeflores.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
11	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	Luisa Mejía Aranguren, Antonio Raymondi Cárdenas. "ARQUEOLOGÍA TARDÍA EN EL VALLE BAJO DE MALA, DISTRITO DE SANTA CRUZ DE FLORES, CAÑETE-LIMA", Arqueología y Sociedad, 2015 Publicación	<1 %
13	portalpruebas.funcionpublica.gov.co Fuente de Internet	<1 %
14	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
15	www.congreso.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
16	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	<1 %
17	chichaweb.com Fuente de Internet	<1 %
18	repository.ean.edu.co Fuente de Internet	<1 %
19	Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga Trabajo del estudiante	<1 %

20	nexomedia.pe Fuente de Internet	<1 %
21	www.jne.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
22	munisantacruzdeflores.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
23	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1 %
24	anunciolibre.com Fuente de Internet	<1 %
25	mexicodesign.com Fuente de Internet	<1 %
26	www.adondevivir.com Fuente de Internet	<1 %
27	eprints.ucm.es Fuente de Internet	<1 %
28	repositorio.up.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
29	www.zofratacna.com.pe Fuente de Internet	<1 %
30	encuentros.virtualeduca.red Fuente de Internet	<1 %
31	es.unionpedia.org Fuente de Internet	<1 %

32	repositorio.unp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
33	riunet.upv.es Fuente de Internet	<1 %
34	www.apli.es Fuente de Internet	<1 %
35	www.hcjfs.hamilton-co.org Fuente de Internet	<1 %
36	www.perulng.com Fuente de Internet	<1 %
37	www.perutours.net Fuente de Internet	<1 %
38	www.sicaelec.com Fuente de Internet	<1 %
39	docslide.us Fuente de Internet	<1 %
40	pinamar.gob.ar Fuente de Internet	<1 %
41	repositorio.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
42	repositorio.uap.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
43	repositorio.urp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

44

web2.reniecbid.gob.pe

Fuente de Internet

<1 %

45

repositorio.utn.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo

CAPÍTULO I

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

1.1. Formulación de la idea de negocio

Este negocio se concibe para procurarle calidad de vida a las familias; ya que, la tecnología ha dejado de ser sólo una herramienta de apoyo, para ser parte intrínseca muchas personas.

Debemos reconocer la importancia de la calidad de vida en familia, la cual se basa en la disposición de espacios que fortalezcan los lazos afectivos; también con el grupo social (amigos, compañeros de labores, socios, etc.).

Se trata de algo tan sencillo y obvio que muchas veces pasa de largo, sin embargo, una vida familiar de calidad permite el desarrollo de aspectos de la vida cotidiana que no pueden ser suplidos en el ámbito laboral. El correcto uso del tiempo libre en la educación de los hijos, la unión en pareja, momentos con los amigos, ratos de ocio, recreación o esparcimiento son vitales para el desarrollo de una vida saludable en todos los aspectos.

En marzo del año 2020 el Perú por completo debió recluirse en sus hogares para mantener el aislamiento obligatorio dictaminado por el gobierno, a raíz de ello las familias se protegieron entre cuatro paredes y su comunicación con el exterior fue solo a través de los medios tecnológicos disponibles, sufriendo más los niños, adolescentes y adultos mayores; es así que casi a los 3 años de la presentación del caso 0 Covid en el Perú, podemos observar que a la población antes mencionada se le hizo un hábito comunicarse a través de los medios tecnológicos y por contraste, empezaron a tener temor de relacionarse e interactuar con sus amigos, vecinos e inclusive con los de su núcleo familiar, hecho que persiste con menor presión.

Como consecuencia de todos estos inconvenientes que se generan en los círculos familiares, es que se propone el establecimiento de una casa de recreo familiar, como un lugar de descanso, fuera del bullicio de la ciudad, lejos de los focos contaminantes, para que las familias puedan reunirse, reintegrarse progresivamente y reduciendo o abandonando el uso de los sistemas tecnológicos a los que estamos apegados.

Este lugar debe contar con las comodidades de su propio hogar, permitiéndoles realizar diversas actividades lúdicas y de contacto interpersonal.

1.2 Descripción de la empresa

Una casa de material noble, edificada en zona campestre, en las afueras de Lima, espaciosa y con todas las comodidades que se requieren (luz, agua, desagüe y sistemas de telecomunicación) donde se pueden agrupar grupos familiares o miembros de un círculo social determinado (amigos, vecinos, compañeros de colegio, trabajo o club social).

El servicio que se piensa brindar es fundamentalmente de alojamiento y convivencia familiar, y, el alquiler de sus espacios para actividades sociales familiares o empresariales (bodas, cumpleaños, aniversarios y festejos).

Nos ubicamos a la altura del Km 80 de la carretera panamericana sur, en el distrito de Santa Cruz de Flores - Cañete, en el valle de Mala, estratégico por su ubicación cerca de Lima (1 hora y 20 minutos) y a 10 minutos de la playa León Dormido y La Ensenada.

Disponemos de un área cercada de 1,250 m², con iluminación interior y exterior y servicio integrado de alarma Verisure – Policía Nacional.

Un amplio ambiente destinado a sala y comedor, cocina, baño y almacén de alimentos.

Aledañas a la piscina, se dispone de 4 habitaciones familiares privadas, - para una pareja y dos hijos-, con puertas corredizas de vidrio templado; cada habitación cuenta con 1 cama de doble plaza y camarote de 1 y ½ plaza, ropero, baño y agua caliente.

Adicionalmente, un minichalet en la parte periférica del conjunto, con una cama de 2 plazas, una cama de 1 ½ plaza y un camarote de 1 ½ plaza, cómodo para un grupo de 5 a 6 personas, cuenta con baño completo, agua caliente y lavadero.

Y una cabaña de 18 mt², con piso de mayólica, 2 puertas francesas; para el uso de un grupo de 4 a 6 personas.

En el 2do piso se tiene una terraza techada, con una linda vista del valle, 40 personas, con una barra en forma de isla, con un lavadero; un exhibidor-conservador, un horno de material refractario para preparar pan artesanal o una huayrona, una cocina a leña de 3 fogones, una parrilla grande con una cocina industrial a gas, de 3 quemadores, refrigerador y lavadero; baños separados para hombres y mujeres, con lavatorio y espejo. El ambiente está equipado con un televisor, un equipo de sonido con karaoke y un telescopio refractor dióptrico.

Un oratorio como área de recogimiento religioso a un extremo de la propiedad.

Estacionamiento interno para 8 carros y externo para 5.

En lo referente a la zona recreo, rodeada de áreas verdes con árboles frutales en crecimiento, se ha construido una piscina de 12 x 6 mts. y un jacuzzi con hidromasaje, para 5 adultos, mesas, sombrillas y reposeras; juegos para niños y adultos: 2 fulbitos, 1 sapo y otros de mesa. Una casita de plástico para niños menores de 8 años.

Un área de tertulia, con toldo bancos y sillas.

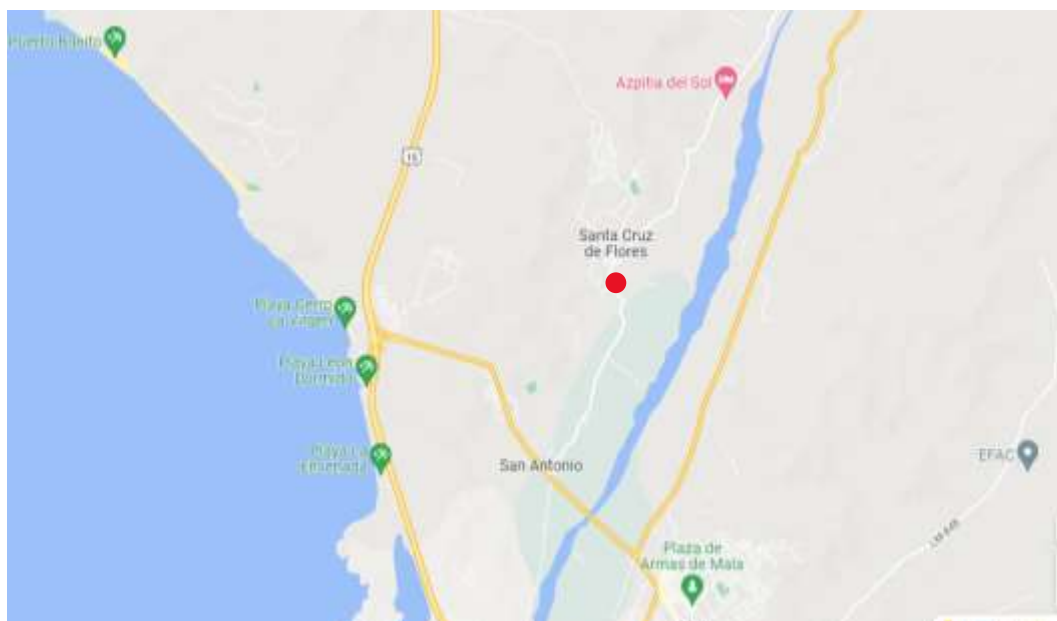
Una zona de fogata con asientos de cemento para 12 personas; un biohuerto y un canil.

A 40 metros de la casa tenemos una losa deportiva municipal para practicar fulbito, vóley o básquet; aparatos de gimnasia. Se puede practicar skate o bicicleta.

El rio Mala está a 500 metros y se accede por una trocha que atraviesa las chacras, permitiendo un contacto directo con la naturaleza. De igual manera se puede acceder al pueblo de Santa Cruz de Flores caminando 400 metros por los senderos que atraviesan las chacras o por la pista de asfalto.

Figura 1

Ubicación de Santa Cruz de Flores



Nota. Figura extraída de Google Map (2022)

El servicio que se piensa ofrecer es un ambiente cómodo y seguro, de sano esparcimiento familiar que brinde paz y tranquilidad del bullicio de la ciudad; buscando el alejamiento voluntario y consciente de los aparatos tecnológicos a los que nuestros hijos y nosotros mismo estamos acostumbrándonos.

Uno de los principales logros de nuestro establecimiento, será la integración familiar y amical de los visitantes; para lograr este objetivo, debemos programar actividades y entretenimiento, para que la estadía sea relajante, amena y reconfortante, obteniendo experiencias gratas en cada individuo y en el grupo.

Dentro de las diversas actividades que se pueden ofrecer, están:

Actividades deportivas de caminata al aire libre, disfrute de la piscina, jacuzzi, fulbito de mesa, ping pong, sapo, juegos grupales, vóley y fulbito en la losa.

Recorridos turísticos por la zona para conocer su plaza de armas y la fuente del pisco, el reloj de las 4 caras, el hermoso altar de la parroquia; la historia del pueblo de Santa Cruz de Flores, su zona arqueológica-Ollería; sus paisajes (El balcón del cielo-Azpitia, mirador de San Antonio); la feria sabatina y dominical para apreciar su artesanía.

Recorrido gastronómico: Sus comidas (tamales y chicharrón, carapulcra y sopa seca, cuy, arroz con pato, trucha, camarones o el picante florino). Visita a las vitivinícolas y degustación (Santa Cruz de Flores – “Capital del vino y del buen pisco”)

Actividades de Aventura: Caminata hacia el río Mala; subir en Azpitia al columpio gigante, manejar cuatrimotos y el canopy más largo; paseo a las cercanas playas de León Dormido, La Ensenada, La Virgen y Puerto Viejo. Recolección de especímenes de flora y fauna local. Campamento al aire libre.

Actividades nocturnas: Juegos de mesa, karaoke, fogata, lanzamiento de globos aerostáticos de papel, proyección de cine familiar y mirar el cielo estrellado. Descanso y lectura.

1.3 Perfil de la Empresa

Se propone crear la CASA DE RECREO Y DESCANSO FAMILIAR EN SANTA CRUZ DE FLORES - CAÑETE, dedicada a la actividad de hospedaje campestre, teniendo como fecha proyectada de inicio mes de octubre del año 2023 - verano del año 2024, formado como un negocio familiar, acogiéndose al régimen tributario de empresa individual de responsabilidad limitada, según el marco tributario de la SUNAT; constituyéndose en la empresa de *Servicios Múltiples Mi Refugio E.I.R.L.*; empleara permanentemente a 3 trabajadores y a 4 ,eventuales.

Personal Permanente

- 1 director gerente
- 1 administrador y encargado de marketing.
- 1 trabajador para mantenimiento general y jardines

Personal eventual

- 1 anfitrión o coordinador de actividades.
- 1 trabajador de limpieza y conservación de ambientes.
- 1 trabajador para el mantenimiento semanal de la piscina.
- 1 trabajador de apoyo y servicio

1.4 Misión

Brindar sano esparcimiento familiar, que logre la paz y tranquilidad de los huéspedes y buscar el distanciamiento de los aparatos tecnológicos a los que nuestros hijos se vienen acostumbrando en estos últimos años; así mismo lograr el fortalecimiento de las familias y la interacción de ellas.

1.5 Visión

Para el verano de 2024 seremos una empresa para el confort y esparcimiento familiar, con un servicio de calidad para los huéspedes, familias y amigos, a costos que serán módicos para el peruano promedio. Y seremos reconocidos por nuestra atención.

1.6 Valores

- Amabilidad y buen trato: Brindar un trato amable y familiar hacia nuestros huéspedes.

- Honestidad: Reflejar un actuar íntegro, regirnos por las buenas costumbres que vienen de la formación en casa.
- Trabajo en equipo: Los colaboradores deben realizar sus tareas en función de alcanzar las metas proyectadas para obtener los resultados esperados.
- Empatía: Lograr un grupo homogéneo y que se viva en un ambiente hogareño y sencillo.

1.7 Matriz FODA

En el FODA cruzado podemos ver las diferentes estrategias a seguir según los resultados obtenidos.

Tabla 1

Matriz FODA cruzado

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1. Precios al alcance del publico promedio. 2. Áreas acondicionadas y equipadas. 3. Ubicación geográfica. 4. Ambientes familiares. 5. Ubicación estratégica con buena vista.	1. Clima frio en los meses de mayo a octubre. 2. El ingreso hasta el recreo. 3. Carencia de personal calificado.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
1. Búsqueda de las familias para salir de la rutina y alejarse de Lima 2. Integración familiar 3. Difusión de los atractivos turístico y cultura de Santa Cruz de Flores	1. Crear paquetes para grupos (F1, O1, O2). 2. Organizar eventos recreativos para aprovechar las instalaciones (F2, O1). 3. Obtener ventaja de la ubicación del local mediante actividades y excursiones (F3, O1, O3). 4. Promocionar y organizar eventos de integración (F2, O2). 5. Vender paquetes para integración familiar (F4, O2). 6. Programar ofertas turísticas en fechas especificas (F1, O3).	1. Organizar agasajos y promociones (O1,D1). 2. Actividades de integración familiar (, O3, O2) 3. Contratar personal y capacitarlo en atención a grupos (D3, O2)
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
1. Baja demanda en los meses de invierno 2. Inclinación a locales ya conocidos	1. Promocionar y organizar actividades de integración en invierno (F1, F3, F4, A1). 2. Aumentar la publicidad en los medios (físico y digital). (F1, F2, F3, F4, F5, A2).	1. Elaborar un plan de mejoras, promoción de instalaciones, actividades de recreación para ser más competitivos (D1, D2, A1, A2).

En el FODA cruzado podemos ver las diferentes estrategias a seguir y los resultados obtenidos.

1.8 Objetivos estratégicos

- Posicionar a la empresa en el rubro de esparcimiento familiar, a través de la difusión en las redes y páginas sociales, incrementando las ventas en un 35% para el periodo 2025.
- Establecer alianzas estratégicas con emprendedores de la zona, a fin de aumentar un 10% la visita de los clientes al recreo campestre y de contribuir con el desarrollo local para el periodo 2024.
- Ampliar los servicios que se brindará para el año 2025 como local para la realización de eventos sociales.
- Incrementar las visitas de nuevos usuarios en un 20% al segundo año de funcionamiento, con una proyección anual del 50% en el lapso de 5 años.
- Invertir el 30 % de las utilidades en repotenciar e incrementar los servicios que se ofrecen.
- Instalar un establecimiento comercial interno de abastos para el periodo 2025 para dar un mejor servicio a los clientes.
- Incrementar la rentabilidad de la casa de recreo Mi Refugio a partir del 4° año.

1.1 Modelo de Negocio CANVAS

Este lienzo ha sido creado como una herramienta que nos ayudará a tener presente, todos los objetivos y tareas que debemos seguir para lograr eficazmente y rentable la puesta en marcha del emprendimiento que se está planteando.

Tabla 2

Modelo CANVAS

<p><u>SOCIOS CLAVE</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno local ▪ Emprendedores locales como: artesanos, gastronómicos, vitivinícolas y centros de entretenimiento y comercio local. ▪ Gestores de turismo y transporte. 	<p><u>ACTIVIDADES CLAVE</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reuniones de sano esparcimiento y actividades variadas y personalizadas para cada grupo. ▪ Contacto permanente con la naturaleza. 	<p><u>PROPUESTA DE VALOR</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entorno agradable. ▪ Ambiente seguro y tranquilo. ▪ Precios asequibles ▪ Diversión garantizada. ▪ Reforzamiento de los lazos familiares o amicales 	<p><u>RELACIÓN CON CLIENTES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Asistencia personal y/o dedicada 	<p><u>SEGMENTO DE CLIENTES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entornos familiares. ▪ Grupos de amigos con fines comunes. ▪ Trabajadores de empresas ▪ Grupos de adultos mayores ▪ Movimientos juveniles. ▪ Grupos parroquiales.
<p><u>ESTRUCTURA DE COSTO</u></p> <p>Costos fijos Servicios (Agua, luz, internet, cable, seguridad) Planilla de personal. Insumos de mantenimiento y limpieza.</p> <p>Costos variables Pago de servicios a terceros. Gastos por gas, leña, carbón, Servicio de lavandería y deterioro de bienes.</p>	<p><u>RECURSOS CLAVE</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Humanos ▪ Físico-ambiental ▪ Tecnológicos ▪ Sociales 		<p><u>CANALES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Redes sociales ▪ Grupo de amistades ▪ Clientes satisfechos. 	
			<p><u>FUENTE DE INGRESO</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pago del usuario por alojamiento. ▪ Pago del usuario por servicio completo. ▪ Pago del usuario por alquiler de los ambientes para actividades específicas. ▪ Sistema de pago en efectivo, tarjeta de crédito, transferencia bancaria, monederos electrónicos. ▪ Ingreso por ventas en la tienda ubicada dentro del local. 	

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO

2.1. Análisis del microentorno

Para desarrollar el microentorno de la CASA DE RECREO Y DESCANSO FAMILIAR EN SANTA CRUZ DE FLORES – CAÑETE, utilizaremos el análisis de las 5 fuerzas de Porter.

Figura 2

5 fuerzas de Porter.



Nota. Figura extraída de marketingandweb

2.1.1 Poder de negociación del cliente

Según Porter, para evitar que la rentabilidad de la empresa se vea afectada, es necesario plantear una propuesta diferente a la de los competidores; aumentando la calidad de productos y servicios; y haciendo conocer a los potenciales clientes el marketing, estas diferencias.

En el caso de nuestra empresa, lo que la hace diferente, es: que es se trata de una infraestructura moderna, cómoda y con todos los servicios, ubicada en un área rural; busca la integración y el descanso personal, familiar y grupal, en

contacto con la naturaleza y alejado de la dependencia tecnológica.

Adicionalmente, los costos serán asequibles a la clase media y la diversión estará garantizada en una zona segura.

Figura 3

Casa recreo Mi Refugio - Santa Cruz de Flores



Nota. Imagen propia 2020

Figura 4

Casa recreo Mi Refugio - KARAOKE - Santa Cruz de Flores



Nota. Imagen propia 2022

Figura 5

Casa Recreo Mi Refugio – FOGATA- Santa Cruz de Flores



Nota. Imagen propia (2022)

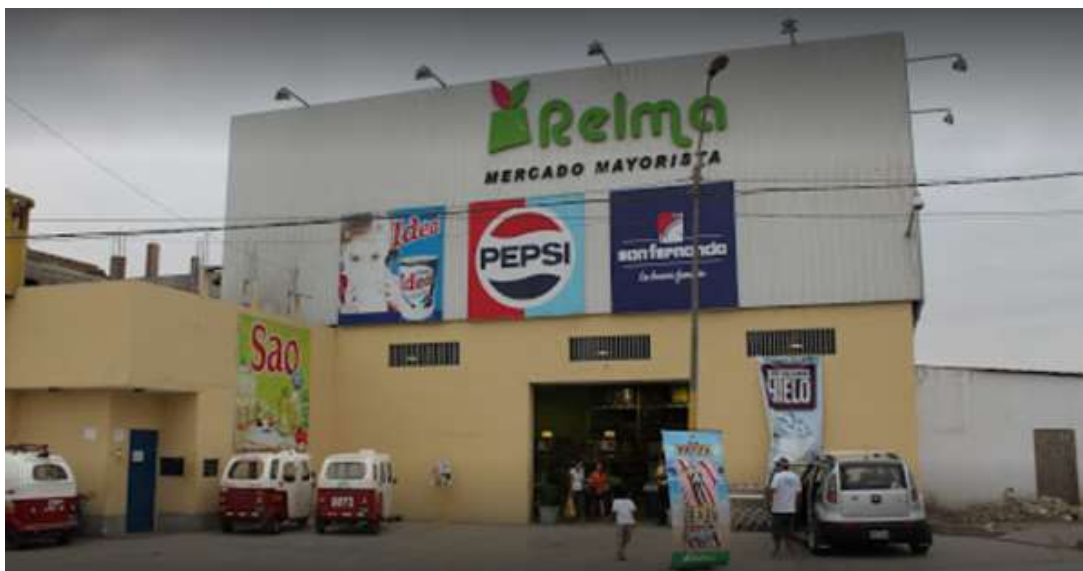
2.1.2 Poder de negociación del proveedor

En el caso de nuestra empresa, proveedores principales, son las empresas de servicios de luz, agua, internet y cable, que brindan ininterrumpidamente sus servicios en contraprestación de un monto mensual de acuerdo al consumo y sus tarifas están reguladas nacionalmente.

Así mismo, los proveedores de insumos para alimentación o de artículos de primera necesidad son empresas mayoristas, mercados o tiendas locales.

Figura 6

Tienda mayorista Relma -Mala



Nota. Figura extraída de google map (2022)

Figura 7

Mercado modelo San Pedro de Mala



Nota. Figura extraída de google map (2022)

2.1.3 Amenaza de entradas de competidores

Como en todo negocio, siempre existirá la amenaza de nuevos competidores, por ello es importante, desde el inicio, diferenciarnos, brindar un servicio de calidad y posicionarnos en el mercado, fidelizando a nuestros clientes.

Figura 8

Mirador de Azpitia - Paseo turístico



Nota. Imagen propia (2022)

Figura 9

Casa recreo Mi Refugio – Día de integración familiar



Nota. Imagen propia (2022)

2.1.4 Amenazas de productor y servicios sustitutos

En la actualidad, nuestra empresa se encuentra alejada de la ciudad, en un entorno de zonas de cultivo y áreas verdes, lo que es una ventaja competitiva.

Nuestros sustitutos tendrían que lograr abrir negocios en el mismo entorno para ser un riesgo, actualmente, se cuenta con casas de hospedajes a 20 minutos de nuestra empresa y están en zona urbana.

Figura 10

Ubicación de Santa Cruz de Flores



Nota. Figura extraída de Google Map (2022)

Figura 11

Ubicación de Santa Cruz de Flores – vista satelital



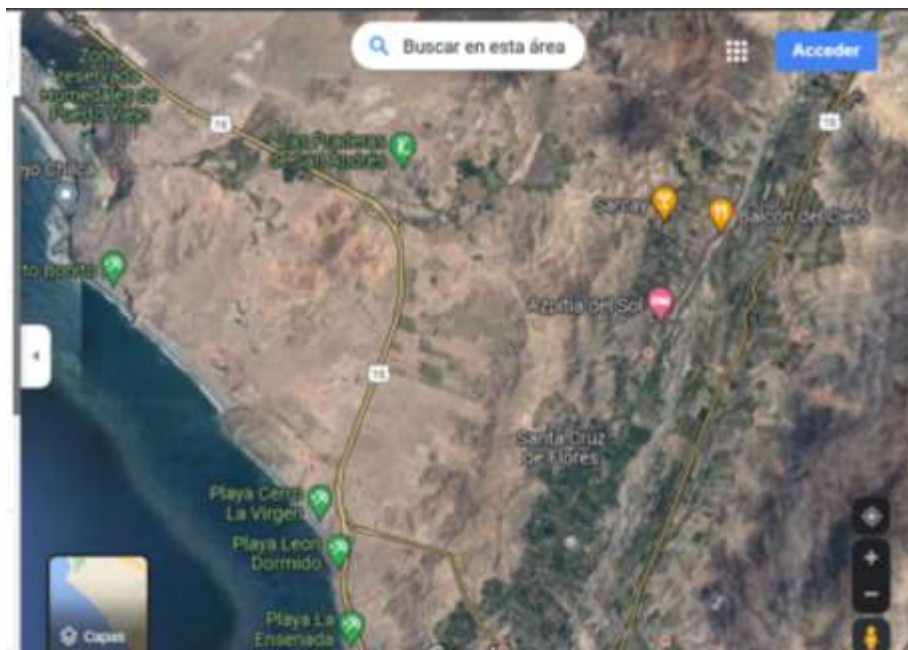
Nota. Figura extraída de Google Map (2022)

2.1.5 Rivalidad entre competidores existentes

En el caso de nuestra empresa, no existe nivel de competitividad en el entorno, existiendo algunos hospedajes a 2.5 km de distancia, pero los mismos no ofrecen los servicios que nosotros proporcionaríamos.

Figura 12

Ubicación de Santa Cruz de Flores – hospedajes.



Nota. Figura extraída de Google Map (2022)

2.2 Análisis del macroentorno

Para estudiar las tendencias políticas, económicas, legales, culturales, tecnológicas y ecológicas del entorno a la Casa de recreo y descanso familiar Santa Cruz de Flores – Cañete utilizaremos la herramienta estratégica PESTEL.

Figura 13

Herramienta estratégica PESTEL



Nota. Figura extraída de pág. web IONOS

2.2.1 Factor político - legal

Instauración de una política de estado de incentivo al turismo interno, que se expresa en los feriados largos. En el contexto del incentivo al turismo y con la coyuntura a nivel nacional (postpandemia) y mundial (guerra Rusia-Ucrania), el Estado peruano ha promulgado una serie de resoluciones y reglamentaciones para la reducción de precios, favoreciendo a los consumidores.

Ley general de turismo ley 29408 del 17 de setiembre de 2009.

Con la resolución ministerial 123-2023 MINCETUR – Plan de emergencia al sector turismo. Ley que promulga la reducción del IGV de 18% al 8% para Mypes turísticas, esto incluye al sector hotelero, vigencia hasta el 31 de diciembre de 2024.

También se ha establecido mediante resolución ministerial N° 138-2022 MINCETUR, de 16 de mayo de 2022 la Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2022- 2025.

Con el decreto legislativo 1329 se crea el fondo Perú emprende. Decreto supremo N°004-2022- MINCETUR, Declara en emergencia al sector turismo.

El ministro de comercio exterior y turismo, Roberto Sánchez, afirmó que “el número de puestos de trabajo directos e indirectos del sector turismo se recuperarán a niveles prepandemia en cuatro años (para 2026). La ley aceleraría la recuperación de los empleos turísticos al 2024, es decir, en dos años, como ha sucedido en otros países que adoptaron medidas similares”.
(*Andina Agencia Peruana de Noticias 13 agosto 2022.*)

Vigencia de una política de respeto a la propiedad privada, libre mercado y libre competencia.

Existe una serie de dispositivos legales que una vez cumplidos posibilitan el desarrollo de una empresa como la nuestra, para lo cual tiene que ser acreditada en los organismos pertinentes, contar con licencias municipales y constituirse como pequeña empresa de servicios.

2.2.2 Factor económico

Rige una política estatal de exoneraciones tributaria y disminución del IGV para el sector turismo (restaurantes y hospedajes).

Existencia crecimiento económico sostenido y mantenimiento de las reservas internacionales.

Todas las estrategias e incentivos para la reactivación económica del sector turismo se dictan a raíz de la caída de este mercado y el de hotelería en los dos años de pandemia, a nivel mundial este rubro se vio afectado considerablemente ya que todos mantuvimos confinamiento por el Covid 19. Es por ello que se instaura la “Estrategia nacional de reactivación del sector turismo 2022-2025”, esto ayudará a disminuir el cierre de empresas de turismo, la informalidad y que los usuarios puedan acceder, logrando de esta manera el incremento de la base tributaria.

2.2.3 Factor sociocultural

Política de promoción de la cultura nacional, que se expresa en el reconocimiento del turismo vivencial, folclore, artesanías y rescate de los centros arqueológicos, comidas y bebidas tradicionales.

Existencia de la marca Perú.

El distrito de Santa Cruz de Flores es un lugar acogedor, el gobierno local con

su población trabajan para incrementar el turismo, enseñando todas las bondades que ofrece este hermoso valle, reconocido como distrito en 1922 por el presidente Augusto B Leguía; en la historia oralmente la población ya existía como comunidad entre los años 1800 y 1830.

Santa Cruz de Flores se encuentra ubicada a una hora y 20 minutos de Lima, cuenta con atractivos paisajes y tierras fértiles de las que se obtiene diversidad de frutas como la uva, de la que se extrae un excelente vino y pisco, es por ello que se le considera “La capital del vino y del buen pisco”.

Dentro de su extensión territorial se encuentra el caserío de San Vicente de Azpitia, denominada El balcón del cielo, porque desde ahí se puede contemplar el inmenso y majestuoso valle de Mala.

Dentro de la gastronomía florina tenemos como plato bandera el picante florino (raya, ceviche de chanque, camarón en huatia, humita salada, yuca, aceitunas huatia de pescado, papa con ají y ajiaco); otros de sus platos emblemáticos son la sopa bruta y la carapulcra, el chupe y tortilla de camarones, los tamales y los picarones de yuca.

Dentro de sus principales atractivos turísticos tenemos:

Templo colonial en la plaza de armas.

Plaza de armas, con su especial torre de las cuatro caras, con 4 relojes.

La fuente del pisco, esculturas en bronce de bailes típicos y personalidades.

San Vicente de Azpitia con su mirador natural del valle de Mala.

El columpio extremo más grande del Perú.

Paseo en cuatrimotos y el canopy más largo del sur.

Lugar arqueológico de Ollería, donde se encuentran vestigios de la cultura Warco, lugar de confección de cerámicos y ollas.

Tambien, para los aventureros y que gustan del ciclismo hay una ruta de montaña que viene desde Azpitia y sale a Santa Cruz de Flores, al costado de la casa de recreo Mi Refugio.

Festividades

Dentro de las festividades principales, tenemos:

- Festival de la vendimia
- Fiesta de la santísima cruz de mayo
- Fiestas patrias y aniversario distrital.

Tambien hay otras festividades:

- Festividad del Niño Dios con las danzas de las pallas
- Dia del pisco sour
- Elección de la reina de la vendimia de Santa Cruz de Flores
- Semana Santa
- Festival y concursos de piscos y vinos.
- Festividades patronales (2 veces al mes)

Figura 14

Publicidad actividades festivas



Nota. Figura extraída de pág. web Municipalidad de Santa Cruz de Flores (2022)

Figura 15

Publicidad actividades festivas



Nota. Figura extraída de pág. web municipalidad de Santa Cruz de Flores (2022)

2.2.5 Factor ecológico

Existe una política nacional en defensa del patrimonio nacional y del medio ambiente, en nuestro caso sin haber distorsionado el medio ambiente, lo utilizamos favor, pues, nos brindan seguridad, tranquilidad, contacto con la naturaleza y un ambiente saludable.

Por lo tanto, tendremos una política de cuidado del medio ambiente, utilizando agua de los canales de riego para mantener nuestras áreas verdes y la huerta, generando nuestro propio compost con los residuos orgánicos que resulten de nuestros alimentos, y la reutilización de nuestros recursos.

Figura 17

Imagen del valle de Mala



Nota. Imagen propia (2022)

Figura 18

Imagen de la Luna en el valle de Mala



Nota. Imagen propia (2022)

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

En economía “oferta” se define como todos los bienes y servicios disponibles en el mercado que los socios comerciales pueden adquirir a cambio de dinero, bienes materiales u otros servicios. A menudo, lo primero en que pensamos es en los bienes usa en un sentido mucho más amplio y también se aplica a la mano de obra, el tráfico de bienes, divisas, materias primas, etc.

La “demanda” es el término complementario de la oferta, designa la necesidad real de determinados bienes o servicios que tienen potenciales socios comerciales como empresas u hogares particulares.

3.1 Oferta

El estudio de la oferta es conocer las diferentes propuestas que existen en el mercado en lo referente a hospedajes, casas de reposo o recreos campestres en el distrito de Santa Cruz de Flores - Cañete. Los más próximos a nuestro recreo se encuentran en el anexo de San Vicente de Azpitia, distrito de Santa Cruz de Flores.

El ciruelo de Azpitia: casa de campo con piscina, en alquiler, con capacidad para 14 personas.

Figura 19

Logo de El Ciruelo de Azpitia



Nota Figura extraída de la pág.
facebook de El Ciruelo de Azpitia

Figura 20

Instalaciones del hospedaje El Ciruelo de Azpitia



Nota Imagen extraída de facebook de
El Ciruelo de Azpitia

- **Azpitia del Sol:** Casa en alquiler, no figura como negocio local, capacidad de 10 a 12 personas.
-

Figura 21

Instalaciones de Azpitia del Sol



Nota. Imagen extraída de facebook de
Azpitia del Sol

- **Casa Mural de Azpitia:** Alquiler de casa de vacaciones, capacidad de 6 a 8 personas.

Figura 22

Instalaciones de Casa mural



Nota. Imagen extraída de facebook de Azpitia del Sol

- **Hospedaje don Octavio:** Ubicado en Azpitia, con bungalows individuales para hospedarse.

Figura 23

Hospedaje don Octavio



Nota Imagen extraída de facebook de Don Octavio

- **Las Cabañas de Azpitia:** Ofrece Bungalows

Figura 24

Las cabañas de Azpitia



Nota Imagen extraída de facebook de las cabañas de Azpitia

3.2 Demanda

Esta casa de recreo y descanso familiar, está dirigida hacia aquellas personas que requieran pasar momentos de descanso y entretenimiento fuera de la ciudad, en un ambiente campestre. Buscando la tranquilidad familiar o interactuando con un grupo de amigos, en un paraje amplio, seguro y con todos los recursos de un hogar moderno.

3.3 Determinación de tamaño de muestra

Se muestran los hallazgos encontrados en la encuesta realizada haciendo uso de la plataforma Google forms y enviada a los encuestados usando la herramienta del WhatsApp.

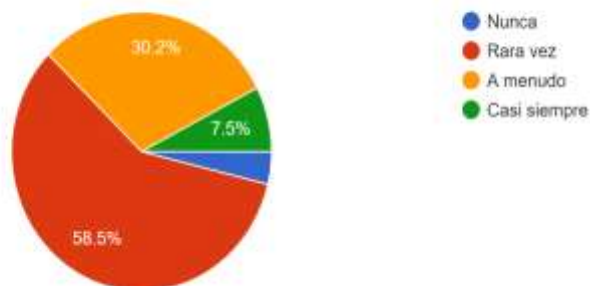
Consiste en realizar la encuesta en un total de 9 preguntas relacionadas a la investigación exploratoria de necesidades, satisfacción del cliente y medios promocionales.

3.4 Investigación y tabulación de Mercado

Figura 25

Primer ítem del cuestionario

1. Con que frecuencia sale para descansar fuera de Lima
53 respuestas

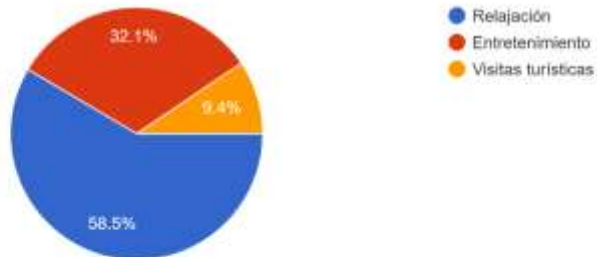


Se observa que el 58.5% rara vez sale de Lima, mientras que el 30.2% a menudo, el 7.5%, a quien debemos de enfocar nuestra empresa.

Figura 26

Segundo ítem del cuestionario

2. Como visitante en una casa de recreo campestre busca opciones de:
53 respuestas

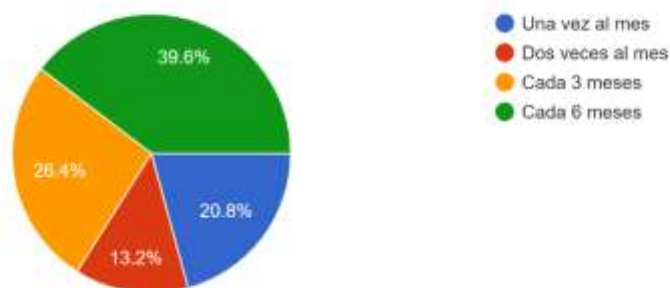


Podemos verificar que el 58.5 % de las personas busca relajación, mientras que 32.1% busca entretenimiento y solo el 9.4% busca visitas turísticas. Nuestra empresa se debe enfocar en el descanso y al mismo tiempo entretenimiento.

Figura 27

Tercer ítem del cuestionario

3. Con que frecuencia asiste a un campestre para descansar en familia y/o amigos
53 respuestas

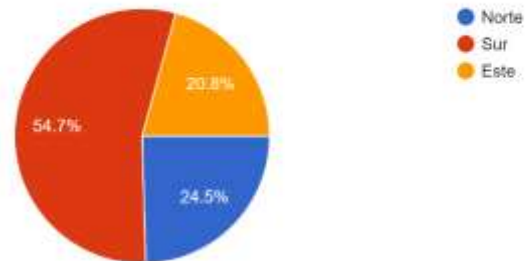


Se puede identificar que 39.6 % asiste a un campestre en compañía de familia y amigos, 26.4% cada 3 meses y 20.8% una vez al mes y 13.2% dos veces al mes.

Figura 28

Cuarto ítem del cuestionario

4. Que zona prefiere para descansar a las afueras de Lima
53 respuestas

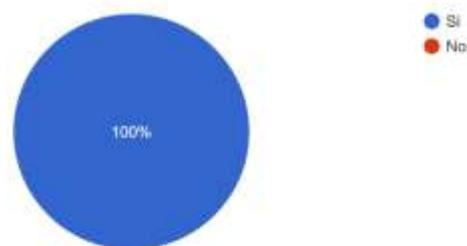


Aquí podemos interpretar que al 54.7% de personas prefieren salir al descansar al sur, en tanto el 24.5% prefiere el norte y solo el 20.8% prefiere el este.

Figura 29

Quinto ítem del cuestionario

5. Si les ofrecieran un lugar a las afueras de Lima cerca a la playa y campo con entretenimiento familiar, lo visitaría
53 respuestas



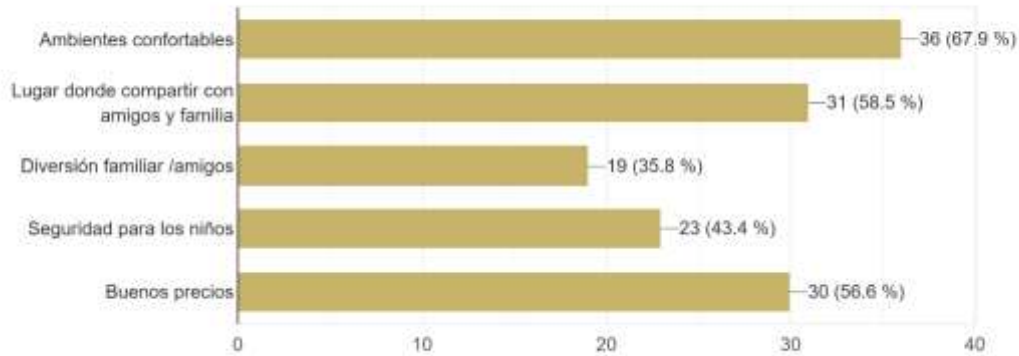
Aquí podemos ver que al 100% de las personas encuestadas a las que se les ofrece la playa y el campo si lo visitarían.

Figura 30

Sexto ítem del cuestionario

6. Que busca usted de un campestre

53 respuestas



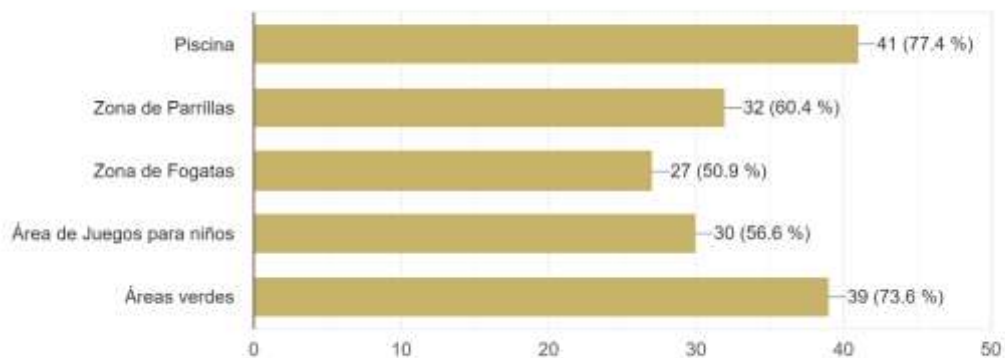
En esta pregunta de respuesta múltiple podemos observar que 36 personas encuestadas prefieren ambientes confortables, 31 un lugar donde compartir con la familia, 30 buscan buenos precios, 23 seguridad para los niños, y el 19 diversión familiar.

Figura 31

Séptimo ítem del cuestionario

7. Que servicios considera que debe tener un campestre para que su estadía sea la mejor

53 respuestas



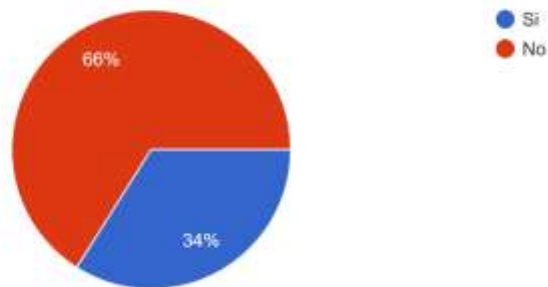
41 personas buscan lugares con piscina, 39 áreas verdes, 32 zona de parrillas y 27 zona de fogatas.

Figura 32

Octavo ítem del cuestionario

8. Tiene un campestre habitual

53 respuestas:



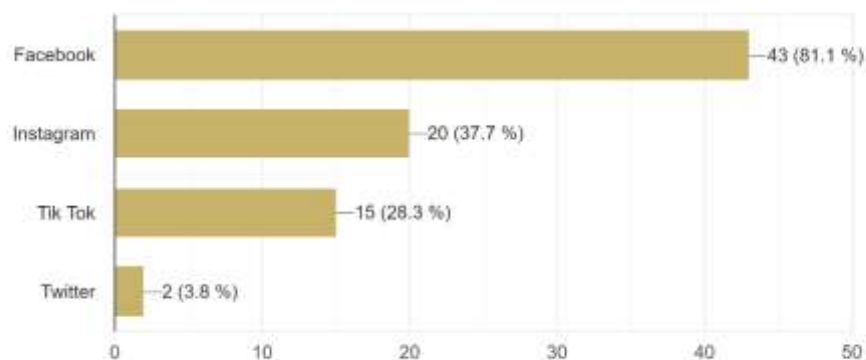
Se verifica que el medio de comunicación más usado es el facebook con 43 personas, seguido por Instagram con 20, Tik Tok 15 y por último Twitter con 2.

Figura 33

Noveno ítem del cuestionario

9. Que medios de comunicación utiliza más para informarse de las promociones

53 respuestas:



Se verifica que el medio de comunicación más usado es el facebook con 43 personas, seguido por Instagram con 20, Tik Tok 15 y por último Twitter con 2.

3.5 Conclusiones

1. Debemos enfocarnos en las personas que salen a menudo, para que sean nuestros potenciales clientes y al grupo que rara vez suele descansar fuera de Lima, se identifique con nuestro campestre y cambie la estadística siendo a más frecuente.
2. Podemos identificar que la mayor cantidad de personas buscan relajarse y descanso, lo que nuestro recreo enfoca el descanso familiar.
3. La gran mayoría prefiere descansar en compañía de amigos y familia lo cual se brindará lugares de descanso juegos y entrenamiento para toda la familia.
4. A la gran mayoría de las personas les gusta el sur y nuestro local se encuentra a solo 80 kilómetros al sur de Lima.
5. Observamos que las personas buscan de playa y campo a la vez.
6. Concluimos que las personas buscan lugares confortables para pasar en unión familiar donde puedan compartir con familia y amigos a buenos precios.
7. Buscan piscina, áreas verdes, zona de parrilla y fogata que se adapte a los niños.
8. Aquí vemos que la mayoría no tiene un lugar habitual donde descansar, a ese público nos enfocaremos para que nuestra empresa sea la que brinde este servicio y al otro grupo tratar de convencerlo que cambie y prefiera nuestro recreo campestre.
9. Facebook es uno de los medios más utilizados para enviar publicidad y darnos a conocer

CAPÍTULO IV

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

4.1. Mercado

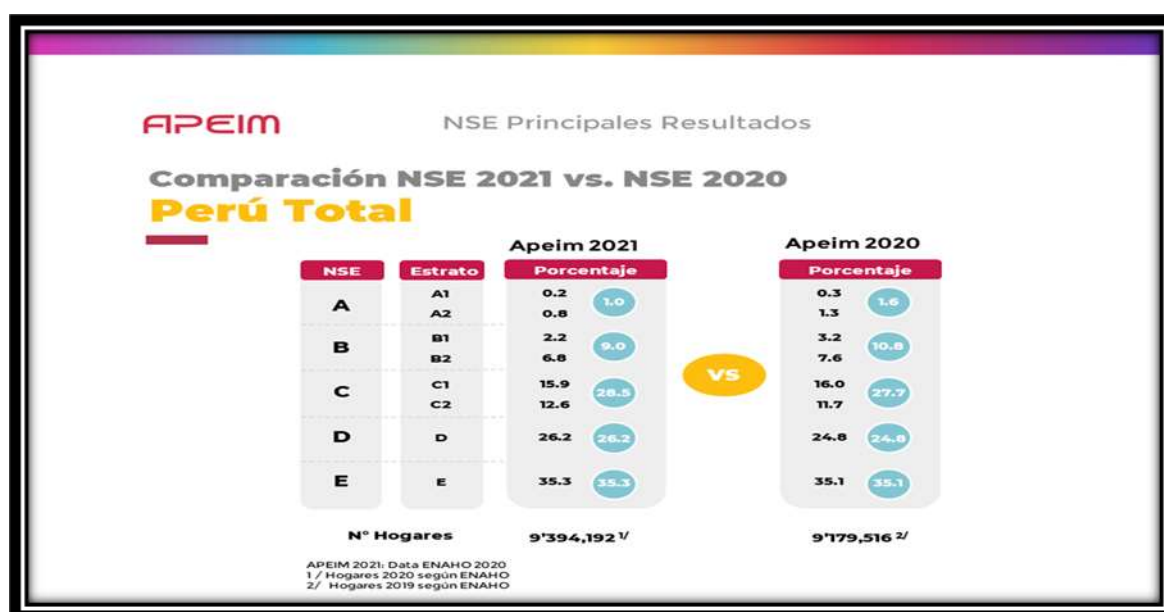
Para realizar el estudio de mercado de casas de recreo y descanso familiar en Santa Cruz de Flores – Mi Refugio, se efectúa a través de la segmentación geográfica, demográfica, socioeconómica y psicográfica, ya que al realizarlo el estudio encontraremos potenciales clientes como huéspedes de la casa recreo. La segmentación de mercado corre

sponde a:

- a) Demográfica: Hogares.
- b) Nivel socio económico: Enfocados a NSE A, B y C.
- c) Psicográfica: Disposición a gastar en servicios de esparcimiento y ocio para el bienestar familiar.
- d) Geografía: Personas que residen en Lima.

Figura 34

Comparacion NSE 2021vs NSE2020



Nota. APEIM 2021: Data ENAHO 2020. 1/ Hogares 2020 según ENAHO. 2/ Hogares 2019 según ENAHO

4.1.1. Segmentación geográfica

De acuerdo a la segmentación geográfica, ésta se viene desarrollando en la región Lima, provincia de Cañete, distrito de Santa Cruz de Flores, por lo que geográficamente nuestros usuarios que serían quienes habitan de la provincia y departamento de Lima.

4.1.2. Segmentación demográfica

Se ha identificado que el público objetivo corresponde a las familias con niños o jóvenes en edad escolar, y grupos que manifiestan la necesidad de tener momentos de esparcimiento y recreación, buscando socializar.

4.1.3. Segmentación socioeconómica

Con respecto al nivel socio económico (NSE), nos focalizamos en el NSE A, B y C, conformados por personas que prefieren, por lo general, salir de Lima para pasar gratos momentos de esparcimiento y ocio; sea por el crecimiento demográfico exagerado de la ciudad de Lima, o por el trabajo extenuante, para encontrar la tranquilidad y sosiego.

4.1.4 Segmentación psicográfica

Lo que ofrece la empresa es sano esparcimiento familiar y amical, dentro de

sus instalaciones como en la cercanía, brindando momentos de tranquilidad lejos del bullicio de Lima, donde los huéspedes y sus hijos encuentren un lugar agradable y seguro donde pasar momentos de entretenimiento, mejor que si estuvieran en sus casas.

4.1.5 Segmentación conductual

Los clientes a los cuales se dirige la casa de recreo, son todos aquellos tanto familiares o grupos afines que desean salir de la ciudad de Lima buscando diversión y al mismo tiempo paz y tranquilidad.

Figura 35

Segmentacion conductual



4.2. Marketing mix

El marketing de servicios que se ha empleado para la casa de recreo y descanso familiar Santa Cruz de Flores – Cañete, implica las 4 P's según McCarthy (1960): producto o servicio, precio, plaza, promoción.

Figura 36

Marketing mix



Nota. Imagen Estrategia Magazine

4.2.1. Producto

La estrategia de la casa de recreo Mi Refugio es, atender a la familia y grupos amicales que buscan un lugar campestre cercano, donde encontrarán descanso, tranquilidad, diversión y seguridad para integrarse. Adicionalmente, se cuenta con suficientes ambientes que harán agradable su estadía.

Se brinda:

- a) Ambientes agradables
- b) Áreas de esparcimiento
- c) Actividades diurnas y nocturnas
- d) Paseos guiados

4.2.2 Precio

El precio a fijar debe estar acuerdo al mercado existente y servicio ofrecido, sin especular, para que esté dentro del presupuesto de las familias y fidelizar al usuario.

4.2.3 Plaza o punto de venta

La plaza está referida al uso de plataformas web o directamente mediante portafolios o paquetes informativos, del servicio que brindamos, su ubicación y sus componentes, que en este caso estará dado por sus instalaciones, ambientes, áreas de diversión y actividades, mediante fotografías o visitas guiadas previas al contrato.

4.2.4 Promoción

La promoción de la casa de recreo se llevará a cabo mediante las redes sociales, sobre todo de sitio especializados, con la creación de nuestra parte de una página web, uso del facebook, whatsapp, instagram y otros. También buscaremos la recomendación de los huéspedes a sus familiares y amistades.

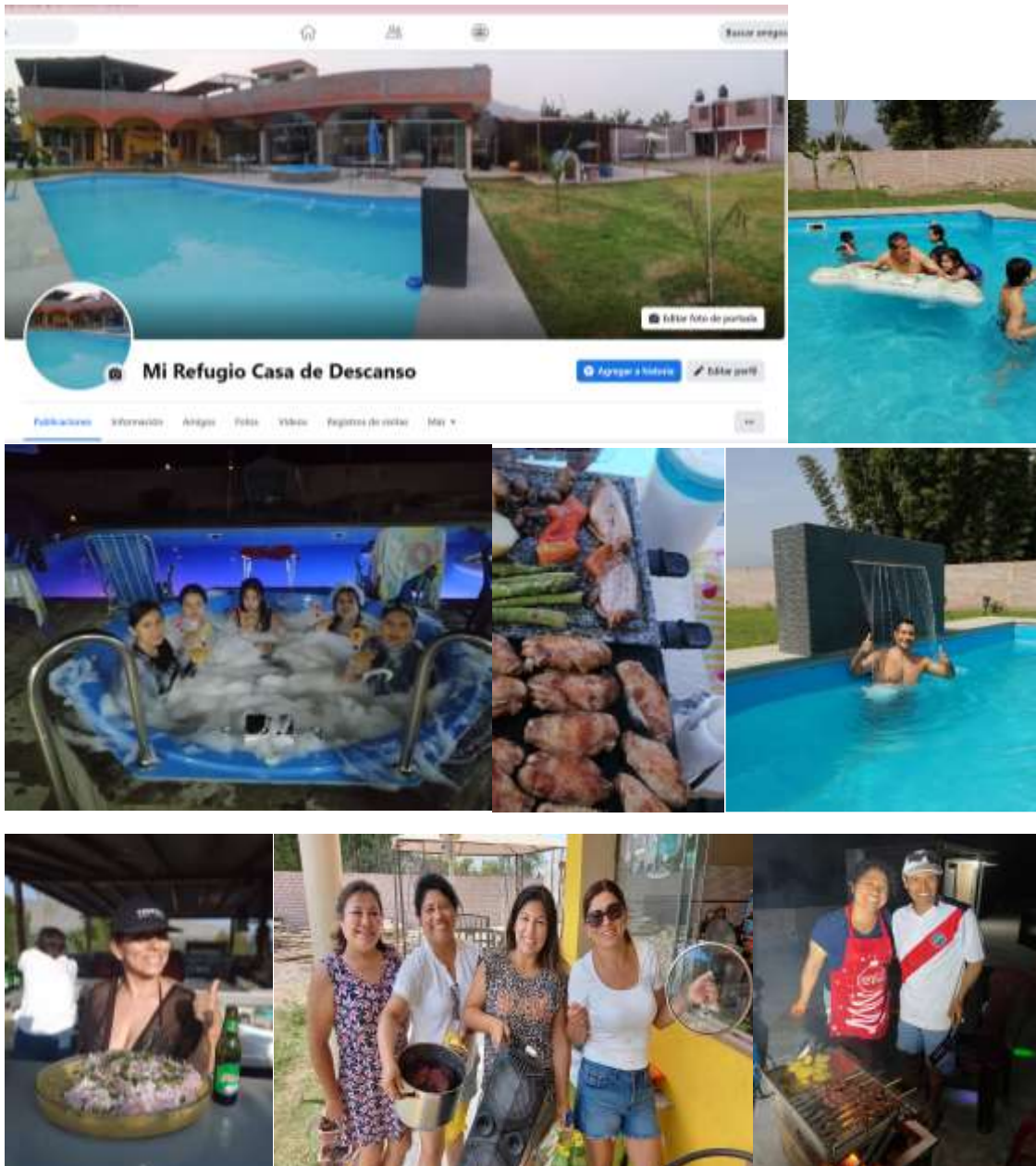
Figura 37

Casa de recreo Mi Refugio twitter



Figura 38

Casa de recreo Mi refugio facebook



CAPÍTULO V

PLAN TÉCNICO

5.1 Localización técnica

La ubicación de la casa de recreo y descanso familiar Mi Refugio EIRL, se encuentra en Santa Cruz de Flores – Cañete, en una casa existente de uso y propiedad familiar, la que por su ubicación estratégica y conformación es apropiada para los servicios que se brindarán a nuestros clientes objetivos.

5.1.1 Macro localización

En el estudio de macrolocalización se ha ubicado en el distrito de Santa Cruz de Flores – Cañete - Lima, que se encuentra al sur de Lima (km. 80 carretera panamericana sur) cumple con los factores que facilitan el servicio que brindará la casa de recreo.

Medios de costos de transporte: Al encontrarse el local ubicado en las cercanías del pueblo de Santa Cruz de Flores, podremos obtener todos los insumos y materiales necesarios para llevar a cabo el servicio de hospedaje y recreo.

Así mismo, de requerirse algunos materiales más sofisticados, nos encontramos cerca del mercado central de San Pedro de Mala, que son los distribuidores para el valle de Mala y alrededores. Para el estudio de macrolocalización hemos tenido en cuenta los siguientes factores de estudio.

a.-Cercanía del mercado:

Cuando nos referimos a la cercanía del mercado, nos referimos desde el punto de vista de los proveedores y de los consumidores; Mi Refugio se encuentra ubicado a 1 hora 20 minutos de Lima, accesible para el servicio que se ofrece de paz y tranquilidad en un área rural fuera de la ciudad, los consumidores sin tener que alejarse de Lima podrán disfrutar de la esencia de

vivir en el campo.

b.-Disponibilidad de costo de mano de obra:

Al ser nuestra empresa parte del distrito de Santa Cruz de Flores, lugar donde sus pobladores se caracterizan por su excelente trato, es ahí donde podremos encontrar a los colaboradores, cumpliendo de esta manera al aporte que se brindará al distrito y las familias.

c.-Factores ambientales:

Legalmente, el municipio se encarga de la recolección de los residuos sólidos, con su programación de 3 veces por semana, brindando de manera segura el desecho y distribución final de los residuos sólidos.

d.- Costo y disponibilidad de terreno:

Donde se encuentra proyectado Mi Refugio, es una propiedad familiar de 1,250 mt² con una importante área techada, que se acondiciona para el descanso familiar y ocio, de esta manera el costo cero del terreno, la infraestructura instalada y las dimensiones requeridas son adecuadas para el servicio que se brindará.

e.-Topografía de Suelos:

Las características de la casa brindan la seguridad para los hospedados y una de las vistas privilegiadas al valle de Mala.

f.- Estructuras impositivas y legal:

El gobierno central, a través de Mincetur, viene ofreciendo incentivos al rubro de

turismo y hotelería, esto nos incluye como hospedaje, y al encontrarnos dentro de una zona turística como es el distrito de Santa Cruz de Flores, hay oportunidades de emprender el negocio; así mismo, el gobierno local tiene una política de apoyo a los emprendedores y al turismo, lo que se evidencia en la realización de diversas actividades económicas y turísticas organizadas por la municipalidad de Santa Cruz de Flores.

g.-Disponibilidad de agua, energía y otros suministros.

La casa cuenta con los servicios básicos de agua, luz, desagüe y seguridad Verisure.

h.-Comunicaciones:

Las comunicaciones en estos días son indispensables, es por ello que contamos con televisión por cable e internet, la casa está ubicada aproximadamente a 70 metros de la pista principal que comunica al distrito de Santa Cruz de Flores y al distrito de San Antonio.

5.1.2 Microlocalización

La casa de recreo y descanso familiar Mi Refugio EIRL, es un terreno propio de 1250 m² con un área construida de 300m² a nombre de mi esposo, ubicada en una zona agrícola como guanábano grande, en el distrito de Santa Cruz de Flores, provincia de Cañete, Departamento de Lima.

5.2. Tamaño del negocio

El tamaño el negocio está en función de la distribución de los ambientes y espacios que se brindarán a los hospedados, el área total se distribuye en los así:

Cuatro habitaciones familiares con baño propio, sala comedor y kitchening con todos los servicios; cabaña amplia; departamento periférico en 2do piso con baño propio y kitchening; área de terraza que incluye un comedor techado, con capacidad para 40 personas, con horno y cocina rústica, cocina industrial y parrilla a gas, baños diferenciados; piscina grande con jacuzzi, áreas verdes muy amplias con mesas para departir, reposeras; zona de fogata, huerta y canil; áreas de juegos para niños y adultos; 2 pérgolas.

En la tabla 3 se detalla los ambientes detallados por metrajes y cantidades.

Figura 39

Imagen panorámica del establecimiento Mi Refugio



Nota. Imagen actual del establecimiento

Tabla 3

Áreas Generales

Descripción	Cantidad	Área (m2)	Área Total
Habitaciones	4	12.5	50
Administración	1	49	49
Cabaña	1	16	16
Sala Comedor	1	49	49
Terraza	1	148	148
Jardín	1	500	500
Piscina	1	72	72
Depto. Periférico	1	28	28
Pérgola	2	15	30
Oratorio	1	4	4
Estacionamiento	1	70	70

Casa: puede acoger hasta 30 personas en las habitaciones, la sala y comedor es un ambiente adecuado para la temporada de invierno y cómodo para 20 personas. También, una cocina con menaje básico.

Las habitaciones son 4 de 12.5 m2, incluido el baño, adecuadas para una pareja y dos niños.

Figura 40

Imagen establecimiento Mi Refugio – habitaciones



Nota. Imagen actual de la casa

Figura 41

Imagen establecimiento Mi Refugio sala comedor



Nota. Imagen actual de la casa

Figura 42

Imagen establecimiento Mi Refugio sala comedor



Nota. Imagen actual de la casa

La cabaña: de 21 m² es un lugar acogedor, rústico, pero, con piso de mayólica, que puede albergar hasta 6 personas.

Terraza: es un área de 196 m², un ambiente multifuncional, con un comedor para 40 personas, con una zona de bar equipada, una cocina exterior con horno de barro, cocina a leña de 3 hornillas, cocina industrial y todo lo necesario para la atención del grupo. Los servicios higiénicos de la zona de terrazas son dos medios baños uno para damas y otro para caballeros, brindándoles comodidad y privacidad.

Figura 43

Imagen establecimiento Mi Refugio -Terraza -zona de parrillas



Nota. Imagen actual de la casa

Figura 44

Imagen establecimiento Mi Refugio Terraza – zona comedor



Nota. Imagen actual de la casa

Jardín: Áreas verdes con árboles frutales y ornamentales la que hace acogedor

Figura 45

Imagen establecimiento Mi Refugio - Jardines



Nota. Imagen actual de la casa

Piscina: de 12 x 6 mts con jacuzzi, rodeada de mesas y reposeras, en una esquina se encuentra la zona de fogatas y la pérgola con bancas y mesita de centro creando un ambiente agradable para descansar y la tertulia.

Figura 46

Imagen establecimiento Mi Refugio – piscina



Nota. Imagen actual de la casa

La zona de juegos para niños y adultos: está ubicada en el frontis con mesas de fulbito, sapo y una casa de juego, de plástico duro, con mesita, la que permite a los más pequeños dejar volar su imaginación y creatividad.

Figura 47

Imagen establecimiento Mi Refugio – Zona de juegos



Nota. Imagen actual de la casa

Departamento periférico: Este ambiente se encuentra en la parte delantera de la propiedad, segundo piso, sobre el depósito, teniendo una capacidad para 6 personas, baño propio y kitchening.

Cabe mencionar que la propiedad ya está terminada, al ser un bien al que no se le da uso comercial, se ha visto por conveniente utilizarlo para esta inversión y de alguna manera obtener provecho.

Figura 48

Imagen establecimiento Mi Refugio – Departamento periférico



Nota. Imagen actual de la casa

Figura 49

Imagen establecimiento Mi Refugio – Oratorio



Nota. Imagen actual de la casa

5.3. Necesidades

Para funcionamiento, se requieren de algunos bienes básicos las que se detallan en la tabla 4 y 5.

Tabla 4

Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	venta unitaria	venta Total
Computadora	1	S/ 3,500.01	S/ 3,500.01
Impresora Multifuncional EPSON L3 110	1	S/ 800.00	S/ 800.00
Celular	1	S/ 800.00	S/ 800.00
Escritorio oficina	1	S/ 249.99	S/ 249.99
Sillas oficina	1	S/ 50.00	S/ 50.00
Camas 2 plazas	6	S/ 800.00	S/ 4,800.03
Camas 1/2 plaza	3	S/ 550.00	S/ 1,649.99
Camarote 1 1/2 plaza	3	S/ 1,100.00	S/ 3,299.99
Roperos	4	S/ 340.01	S/ 1,360.02
Mesas auxiliares	4	S/ 90.00	S/ 359.99
Lámparas	4	S/ 50.00	S/ 199.99
Cortinas	10	S/ 50.00	S/ 499.97
Ventiladores	10	S/ 89.00	S/ 889.96
Sábanas	30	S/ 45.01	S/ 1,350.16
Cubre camas	30	S/ 40.00	S/ 1,200.06
Almohadas	25	S/ 12.00	S/ 300.02
Toallas	25	S/ 15.00	S/ 374.95
Juego de Sala	1	S/ 3,325.42	S/ 3,325.42
Mueble de Televisor	1	S/ 400.00	S/ 400.00
Mesa de Centro	1	S/ 100.01	S/ 100.01
Televisor	1	S/ 800.00	S/ 800.00
Blue Ray	1	S/ 350.00	S/ 350.00
Mesa de comedor	1	S/ 800.00	S/ 800.00
Sillas	10	S/ 50.00	S/ 499.97
Auxiliar de comedor	1	S/ 800.00	S/ 800.00
Mantelería	5	S/ 20.00	S/ 100.01
Cocina	1	S/ 500.00	S/ 500.00
Refrigeradora	1	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00
Alacenas	2	S/ 700.00	S/ 1,400.00
Repostereros	1	S/ 249.99	S/ 249.99
Congeladora	1	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00
Mesas Auxiliares de Cocina	2	S/ 150.00	S/ 300.00
Exhibidora	1	S/ 4,500.00	S/ 4,500.00
Mesas Plegables	3	S/ 249.99	S/ 749.98

Cocina Industrial	1	S/	550.00	S/	550.00
Caja China chica	1	S/	249.99	S/	249.99
Parrilla	1	S/	2,500.00	S/	2,500.00
Home theater	1	S/	599.99	S/	599.99
Parlante inalámbrico	1	S/	50.00	S/	50.00
Karaoke micrófonos	1	S/	200.00	S/	200.00
Fulbito de Mesa Grande	1	S/	1,500.00	S/	1,500.00
Fulbito de Mesa Chico	1	S/	400.00	S/	400.00
Sapo	1	S/	200.00	S/	200.00
Mesas rectangulares para sombrillas	2	S/	249.99	S/	499.99
Sombrillas	2	S/	64.99	S/	129.99
Reposeras	6	S/	150.00	S/	900.01
Sillas de plástico	50	S/	29.90	S/	1,495.06
Casita para niños (plástico Duro)	1	S/	1,200.00	S/	1,200.00
Mesa para niños + dos sillas (plástico duro)	1	S/	650.00	S/	650.00
Menaje de Cocina	1	S/	1,000.00	S/	1,000.00
Menaje de Servicio	1	S/	1,000.00	S/	1,000.00
Línea Blanca	1	S/	2,000.01	S/	2,000.01
Microondas	1	S/	800.00	S/	800.00
Arrocera Grande de 10L	1	S/	599.99	S/	599.99
Otros	1	S/	3,000.00	S/	3,000.00
TOTAL		S/	40,971.31		

Tabla 5*Gastos de Personal - Planillas*

Cargo	Sueldo bruto mensual	Paquete anual	Gratificaciones	CTS	Aporte Essalud	Gasto anual
Gerente	S/ 2,500.00	S/ 30,000.00	S/ 5,000.00	S/ 2,500.00	S/ 3,150.00	S/ 40,650.00
Asistente de Marketing	S/ 1,400.00	S/ 16,800.00	S/ 2,800.00	S/ 1,400.00	S/ 1,764.00	S/ 22,764.00
Mantenimiento General	S/ 1,200.00	S/ 14,400.00	S/ 2,400.00	S/ 1,200.00	S/ 1,512.00	S/ 19,512.00
Personal de Limpieza	S/ 560.00	S/ 6,720.00				S/ 6,720.00
Personal de Limpieza piscina	S/ 208.00	S/ 2,496.00				S/ 2,496.00
Servicio de apoyo anfitrión	S/ 300.00	S/ 3,600.00				S/ 3,600.00
					Total	S/ 95,742.00

5.4. Proceso de producción u operación

Para la elaboración de la tabla de activos intangible, se ha tomado en cuenta la constitución de la empresa, los trámites administrativos que se realizan en la municipalidad para el funcionamiento de un negocio, y la contratación de una persona calificada para la elaboración del protocolo de salubridad.

Tabla 6

Activos intangibles

Descripción	Precio Unitario
Permisos Municipales	S/ 500.00
Constitución de empresa	S/ 1,000.00
Protocolos de salubridad	S/ 1,500.00
Total	S/ 3,000.00

5.4.1 Gastos Operativos

Para los gastos operativos se ha determinado todos aquellos gastos que serán directamente para la empresa, como las tasas de los trámites para la autorización y funcionamiento ante el ministerio de comercio exterior y turismo, entidad responsable de autorizar al establecimiento de hospedaje y su categorización.

En lo concerniente a la constitución de empresa, es la elevación de la escritura

a un asiento de registro público.

La inspección por defensa civil es el trámite que exige el municipio.

Los gastos administrativos son los implementos de oficina, como papel bond, lapiceros, cuadernos etc.

Uniforme de personal, se ha consignado este monto para la confección de uniformes para los trabajadores permanentes y eventuales: que consistirá en un polo con logo.

Tabla 7

Gastos preoperativos

Descripción	Año 0	
Licencia de funcionamiento	S/	500.00
Constitución de la empresa	S/	500.00
Inspección Defensa Civil	S/	300.00
Gastos administrativos (implementos de oficina)	S/	200.00
Uniforme de personal	S/	400.00
TOTAL	S/	1,900.00

5.5 Costos

Los costos se proyectan según los materiales e insumos que se requerirá para brindar el servicio.

Figura 50

Actividades turísticas – Integración Familiar



Tabla 8

Costos

					PRECIO	PORCENTAJE	MARGEN			
Alquiler por 3 días	Servicio de telefonía móvil	S/	1.67	S/	307.42	S/ 35	56%	-S/ 272.42	9	S/ 2,754.45
	Insumos de limpieza	S/	10.47							
	Acceso a internet ilimitado	S/	4.67							
	Mano de obra	S/	265.95							
	Servicios generales	S/	24.67							
Alquiler+ Anfitrión y actividades	Servicio de telefonía móvil	S/	1.67	S/	307.42	S/ 40.00	27%	-S/ 267.42	4	S/ 1,328.04
	Insumos de limpieza	S/	10.47							
	Acceso a internet ilimitado	S/	4.67							
	Mano de obra	S/	265.95							
	Servicios generales	S/	24.67							
Alquiler + Integración Familiar	Servicio de telefonía móvil	S/	1.67	S/	482.42	S/ 45.00	19%	-S/ 437.42	3	S/ 1,466.55
	Insumos de limpieza	S/	10.47							
	Acceso a internet ilimitado	S/	4.67							
	Mano de obra	S/	265.95							
	Servicios generales	S/	24.67							
	Excursiones de integración	S/	100.00							
	Juegos de integración	S/	75.00							

Tabla 9*Precio de insumos para limpieza y mantenimiento*

VARIABLES	UND	PRECIO	C.U	Valor venta	IGV	Precio de venta
LAVAVAJILLA 1L	1	S/. 16.00	S/. 16.00	S/ 24.00	S/ 4.32	S/ 28.32
PINO 1 GL.	1	S/. 15.00	S/. 15.00	S/ 22.50	S/ 4.05	S/ 26.55
DETERGENTE LIQUIDO ARIEL 40ML	1	S/. 54.00	S/. 54.00	S/ 81.00	S/ 14.58	S/ 95.58
LEJIA CLOROX GL	1	S/. 12.00	S/. 12.00	S/ 18.00	S/ 3.24	S/ 21.24
SUAVIZANTE DOWNY 90 ML	1	S/. 15.00	S/. 15.00	S/ 22.50	S/ 4.05	S/ 26.55
QUITASARRO GL	1	S/. 20.00	S/. 20.00	S/ 30.00	S/ 5.40	S/ 35.40
DESODORANTE BAÑOS	24	S/ 48.00	S/ 2.00	S/ 3.00	S/ 0.54	S/ 3.54
LEJIA CLOROX LITRO	2	S/ 12.00	S/ 6.00	S/ 9.00	S/ 1.62	S/ 10.62
QUITAGRASA LITRO	1	S/ 14.00	S/ 14.00	S/ 21.00	S/ 3.78	S/ 24.78
CERA GL	2	S/ 108.00	S/ 54.00	S/ 81.00	S/ 14.58	S/ 95.58

5.6. Certificaciones necesarias

Para el inicio de actividades, debemos tener en cuenta los documentos como los permisos correspondientes al rubro de hospedaje.

Toda empresa de este giro; así no desee clasificación, ni categoría; debe de registrarse en el ministerio de comercio exterior y turismo (MINCETUR).

Requisitos

- RUC
- Licencia municipal de funcionamiento
- Formulario para declaración jurada
- Copia de la vigencia de poder del representante legal, si se hace en representación de una persona jurídica
- Solicitud con la siguiente información:
Tus datos o el de la persona que representes (nombres y apellidos completos, domicilio, número de documento nacional de identidad o carnet de extranjería)

5.7. Impacto en el medio ambiente.

La casa de recreo Mi refugio se involucra en el bienestar de la humanidad, cuidando el medio ambiente, para ello se ha planificado y disminuido las actividades que puedan generar algún impacto ambiental, la energía será distribuida y administrada con precaución, se usa un pequeño porcentaje en iluminación solar, teniendo como fuente principal la generación eléctrica, En relación al uso del agua, se ha dispuesto el riego de las áreas verdes con agua de acequia a través de bombeo y uso de aspersores, así, el agua potable será para uso exclusivo de las personas; los desechos sólidos , se establecerá la separación de residuos sólidos, poniendo en práctica las 3R: reduce, recicla y reutiliza; con todo el material orgánico se ha

dispuesto una zona de composta cerca del huerto orgánico.

También, la cocina rústica sin otro tipo de combustión que la natural, como lo hacían nuestros antepasados.

5.8 Plan de organización y recursos humanos

- **Director gerente:** Es la persona encargada de dirigir, supervisar y organizar la casa de recreo Mi Refugio,
-
- **Administrador y encargado de marketing:** Es la persona encargada de administrar, organizar la agenda y las reservaciones, el marketing y publicidad, también, de la contratación de personal de apoyo.
-
- **Trabajador para mantenimiento general y jardines:** Es la persona, a tiempo completo, encargada del mantenimiento general de la casa y los jardines, estarán bajo su responsabilidad el personal de limpieza, conservación de ambientes y mantenimiento de piscina.
-
- **Anfitrión o coordinador de actividades:** Este colaborador eventual se contratará según el tipo de alquiler que soliciten los huéspedes, para encargarse de las actividades grupales o de integración familiar.

- **Trabajador de apoyo y servicio:** Esta persona será contratada cuando el grupo sea de más de 20 personas o las actividades así lo requieran, estará bajo el mando directo del anfitrión y supervisado en su desempeño por el administrador.

Figura 51

Organigrama de la Casa de Recreo MI Refugio



CAPÍTULO VI

PLANIFICACION FINANCIERA

6.1 Inversiones

Para la realización de esta inversión será con un monto total de S/. 87,851.44, de la cual el 67% corresponde a la inversión tangible, donde se considera los equipos de oficina como los muebles y enseres, con un monto de S/. 58,485.54; el 3% corresponde la inversión intangible ahí se considera los gastos de permisos municipales, constitución de la empresa, y protocolos de salubridad (tabla 12); para el capital del trabajo se requerirá del 9% que es el monto de S/. 24,465.90 que se obtiene del proyectado del primer año del flujo de ingresos; y los gastos operativos que es la suma de S/. 1900 que asciende al 2% de la estructura de inversión según

tabla 11. También tenemos los gastos operativos la licencia de funcionamiento, constitución de empresas, inspección de defensa civil y uniformes como se detalla en la tabla 13.

Tabla 10

Estructura de inversión

Descripción	S/.	%
Inversión tangible	58,485.54	67%
Inversión intangible	3,000.00	3%
Capital de trabajo	24,465.90	28%
Gastos preoperativos	1,900.00	2%
Total	87,851.44	100%

Tabla 11

Flujo de ingresos - proyección al primer año

LINEA DE SERVICIO	TOTAL
Alquiler	144,942.00
Alquiler+ Anfitrión y actividades	45,717.00
Alquiler + Integración Familiar	54,000.00
TOTAL	244,659.00

Tabla 12

Inversión Intangible

	Precio Unitario
Permisos Municipales	S/ 500.00
Constitución de empresa	S/ 1,000.00
Protocolos de salubridad	S/ 1,500.00
Total	S/ 3,000.00

Tabla 13

Gastos pre operativos

Descripción		Año 0
Licencia de funcionamiento	S/	500.00
Constitución de la empresa	S/	500.00
Inspección Defensa Civil	S/	300.00
Gastos administrativos (implementos de oficina)	S/	200.00
Uniforme de personal	S/	400.00
TOTAL	S/	1,900.00

6.2 Ingresos y egresos

La casa de recreo y descanso familiar Santa Cruz de Flores Mi Refugio para fines de ingresos ha considerado las siguientes modalidades de alquiler:

- La primera modalidad es el alquiler de las habitaciones por tres días, el uso de la piscina, fogata, pérgola y área de jardines, esto quiere decir que los ambientes se entregan el viernes a partir del mediodía hasta el domingo por la noche.
- La segunda modalidad sería el alquiler de las áreas con anfitrión y actividades, se considera el alquiler de las habitaciones para grupos de amigos y familias, con el uso de las instalaciones antes mencionadas además del uso de los ambientes de sala comedor, karaoke, terraza y todos los juegos para integración, a lo que incluiremos un anfitrión para

la realización de las actividades y manejo de equipos.

- La tercera modalidad es alquiler más integración familiar, esto incluye todo lo mencionado en la segunda modalidad más paseos de integración a la vitivinícola y degustación, la plaza de armas de Santa Cruz de Flores para conocer las partes turísticas del pueblo y la comunidad de San Vicente de Azpitia conocida como el Balcón del Cielo para apreciar el hermoso valle de Mala. Quienes aventura podrán usar los cuatrimotos, el columpio extremo y canopy (por cuenta del huésped en coordinación con el anfitrión).

Los ingresos son calculados en un supuesto de un plan de ventas y precios.

Tabla 14*Plan de ventas*

SERVICIOS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Alquiler por día	17	15	17	15	17	10	12	12	12	15	15	17	174
Alquiler+ anfitrión y actividades	6	6	6	4	3	4	3	3	3	2	3	6	49
Alquiler + integración familiar	6	6	6	6	6	4	3	3	4	1	3	6	54
TOTAL	29	27	29	25	26	18	18	18	19	18	21	29	277

Tabla 15*Plan de ventas proyección a 3 años*

Servicios	Año 1	Año 2	Año 3
Alquiler por día	191	211	232
Alquiler + anfitrión y actividades	54	59	65
Alquiler + integración familiar	59	65	72
	305	335	369

Tabla 16*Precios de alquiler*

Línea de servicios	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Alquiler	14,161.00	12,495.00	14,161.00	12,495.00	14,161.00	8,330.00	9,996.00	9,996.00	9,996.00	12,495.00	12,495.00	14,161.00	144,942.00
Alquiler+ anfitrión y actividades	5,598.00	5,598.00	5,598.00	3,732.00	2,799.00	3,732.00	2,799.00	2,799.00	2,799.00	1,866.00	2,799.00	5,598.00	45,717.00
Alquiler + integración familiar	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	4,000.00	3,000.00	3,000.00	4,000.00	1,000.00	3,000.00	6,000.00	54,000.00
TOTAL	25,759.00	24,093.00	25,759.00	22,227.00	22,960.00	16,062.00	15,795.00	15,795.00	16,795.00	15,361.00	18,294.00	25,759.00	244,659.00

Tabla 17*Precios de alquiler anual*

Año 1	Año 2	Año 3
S/ 144,942.00	S/ 159,436.20	S/ 175,379.82
S/ 45,717.00	S/ 50,288.70	S/ 55,317.57
S/ 54,000.00	S/ 59,400.00	S/ 65,340.00
S/ 244,659.00	S/ 269,124.90	S/ 296,037.39

6.3 Deudas

Las inversiones para la casa de recreo y descanso familiar Santa Cruz de Flores Mi Refugio es de S/. 87, 851.44 nuevos soles, considerando que la propietaria e inversionista aportará el 65% de inversión (S/. 58,485.54).

Para el 35% (S/.30,748) restante se obtendrá un financiamiento tradicional, se tomará en cuenta el tipo de financiamiento Friends, Family and Fools, por el momento será en Ban BIF que ofrece una tasa promedio de 3.72%., con un plazo de 36 meses.

Tabla 18

Financiamiento por año

Cuota	Capital	Amortización.	Interés	Cuota	EF
0	30,748				
1	22,683	8,065	7,687	15,752	2,268
2	12,602	10,081	5,671	15,752	1,673
3	-	12,602	3,150	15,752	929

Tabla 19

Resumen de Financiamiento

Total de Inversión	87,851.44
% a financiar	35%
Total a financiar	30,748.00
Capital propio	58,485.54
Plazo (meses)	36
TEA	25%
TEM	1.880%
TCEA	27%
Cuota	S/. 1,183.21

Tabla 20*Relación de cuotas a pagar - Financiamiento*

Cuota	Capital	Amort.	Interés	Cuota	EF
0	30,748				
1	30,143	605	578	1,183	171
2	29,526	617	567	1,183	167
3	28,898	628	555	1,183	164
4	28,258	640	543	1,183	160
5	27,606	652	531	1,183	157
6	26,942	664	519	1,183	153
7	26,265	677	507	1,183	149
8	25,576	689	494	1,183	146
9	24,874	702	481	1,183	142
10	24,158	716	468	1,183	138
11	23,429	729	454	1,183	134
12	22,686	743	440	1,183	130
13	21,930	757	427	1,183	126
14	21,159	771	412	1,183	122
15	20,373	785	398	1,183	117
16	19,573	800	383	1,183	113
17	18,758	815	368	1,183	109
18	17,927	831	353	1,183	104
19	17,081	846	337	1,183	99
20	16,219	862	321	1,183	95
21	15,341	878	305	1,183	90
22	14,446	895	288	1,183	85
23	13,534	912	272	1,183	80
24	12,606	929	254	1,183	75
25	11,659	946	237	1,183	70
26	10,695	964	219	1,183	65
27	9,713	982	201	1,183	59
28	8,713	1,001	183	1,183	54
29	7,693	1,019	164	1,183	48
30	6,655	1,039	145	1,183	43
31	5,596	1,058	125	1,183	37
32	4,518	1,078	105	1,183	31
33	3,420	1,098	85	1,183	25
34	2,301	1,119	64	1,183	19
35	1,161	1,140	43	1,183	13
36	-0	1,161	22	1,183	6

.4 Flujo de Caja TABLA 21

Flujo de caja financiero

Ventas	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1	Año 2	Año 3
Ingreso		25,759	24,093	25,759	22,227	22,960	16,062	15,795	15,795	16,795	15,361	18,294	25,759	244,659	269,125	296,037
Inversión																
Inversión tangible	58,486															
Inversión intangible	3,000															
Capital de trabajo	24,466															
Gastos preoperativos	1,900															
Total inversión	87,851															
Operación																
Gastos de administración																
Flujo de caja económico (FCE)		6,415	5,364	6,415	4,113	4,539	450	358	358	876	274	1,935	6,415	37,513	41,264	45,390
(-) Depreciación																
EBIT		6,415	5,364	6,415	4,113	4,539	450	358	358	876	274	1,935	6,415	37,513	41,264	45,390
(-) Impuesto a la renta		0	1,582	1,893	1,213	1,339	133	106	106	258	81	571	1,893	-3,752	-5,152	-5,312
(+) Depreciación																
(=) FEO		6,415	6,947	8,308	5,326	5,878	583	464	464	1,134	355	2,506	8,308	33,761	36,112	40,079
Financiamiento	35%															
Capital	30,748															
Amortización		-605	-617	-628	-640	-652	-664	-677	-689	-702	-716	-729	-743	-8,062	-10,081	-12,606
Interés		-578	-567	-555	-543	-531	-519	-507	-494	-481	-468	-454	-440	-6,137	-4,118	-1,593
Escudo tributario	0.295	171	167	164	160	157	153	149	146	142	138	134	130	2,268	1,673	929
Flujo de Caja Financiero (FCF)	30,748	-1,013	-1,016	-1,019	-1,023	-1,026	-1,030	-1,034	-1,038	-1,041	-1,045	-1,049	-1,053	-11,931	-12,526	-13,269
FCNI		5,403	4,348	5,396	3,090	3,512	-580	-676	-680	-166	-771	886	5,362	25,582	28,738	32,121

6.5 Evaluación económica y financiera

Esto nos permitirá conocer la rentabilidad de la inversión del proyecto de la casa de recreo Mi Refugio

Analizar los estados financieros proyectados es una técnica principal para la implementación de la estrategia planteadas debido a que permite resultados en determinado periodo de tiempo (David,2013)

6.5.1 Balance general

El balance general refleja la rentabilidad de Mi Refugio con un FCNI de S/. 25,582 para el primer año, con una inversión inicial de S/. 87,851 con un ingreso para el 1er año de S/. 244,659, con un flujo de caja de S/. 37,513; flujo de caja operativo de S/. 33,761; y un flujo de caja financiero de S/. 11,931, tal cual se refleja en la tabla 22 al igual que los años 2 y 3.

Tabla 22

Estado de resultados o ganancias y pérdidas mensual

	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
VENTAS	S/ 25,759	S/ 24,093	S/ 25,759	S/ 22,227	S/ 22,960	S/ 16,062	S/ 15,795	S/ 15,795	S/ 16,795	S/ 15,361	S/ 18,294	S/ 25,759	
COSTO DE VENTAS	S/ 9,965	S/ 9,350	S/ 9,965	S/ 8,735	S/ 9,043	S/ 6,234	S/ 6,059	S/ 6,059	S/ 6,541	S/ 5,709	S/ 6,981	S/ 9,965	
MARGEN COMERCIAL	S/ 15,794	S/ 14,743	S/ 15,794	S/ 13,492	S/ 13,917	S/ 9,829	S/ 9,737	S/ 9,737	S/ 10,254	S/ 9,653	S/ 11,313	S/ 15,794	
GASTOS OPERATIVOS	S/ 9,379	S/ 9,379	S/ 9,379	S/ 9,379	S/ 9,379	S/ 9,379	S/ 9,379	S/ 9,379	S/ 9,379	S/ 9,379	S/ 9,379	S/ 9,379	
DEPRECIACIÓN	S/ 511	S/ 511	S/ 511	S/ 511	S/ 511	S/ 511	S/ 511	S/ 511	S/ 511	S/ 511	S/ 511	S/ 511	
UTILIDAD OPERATIVA	S/ 5,904	S/ 4,853	S/ 5,904	S/ 3,602	S/ 4,028	S/ 61	S/ 153	S/ 153	S/ 364	-S/ 237	S/ 1,424	S/ 5,904	
GASTOS FINANCIEROS	S/ 1,183	S/ 1,183	S/ 1,183	S/ 1,183	S/ 1,183	S/ 1,183	S/ 1,183	S/ 1,183	S/ 1,183	S/ 1,183	S/ 1,183	S/ 1,183	
UTILIDAD ANTES DE IMP.	S/ 4,721	S/ 3,670	S/ 4,721	S/ 2,419	S/ 2,844	S/ 1,244	S/ 1,336	S/ 1,336	S/ 819	S/ 1,420	S/ 240	S/ 4,721	
IMPUESTO A LA RENTA*	S/ 258	S/ 241	S/ 258	S/ 222	S/ 230	S/ 161	S/ 158	S/ 158	S/ 168	S/ 154	S/ 183	S/ 258	
UTILIDAD NETA	S/ 4,463	S/ 3,429	S/ 4,463	S/ 2,196	S/ 2,615	S/ 1,405	S/ 1,494	S/ 1,494	S/ 987	S/ 1,574	S/ 57	S/ 4,463	

Tabla 23*Estado de Resultados de Ganancias y Pérdidas Año 1, Año 2, Año 3*

Total Año 1	%	Año 2	%	Año 3	%	Año 4	%	%
S/ 244,659	100%	S/ 269,125	100%	S/ 296,037	100%	S/ 325,641.13	100%	0.39
S/ 94,604	39%	S/ 104,065	39%	S/ 114,471	39%	S/ 125,918.48	39%	
S/ 150,055	61%	S/ 165,060	61%	S/ 181,566	61%	S/ 199,722.65	61%	
S/ 112,542	46%	S/ 123,796	46%	S/ 136,176	46%	S/ 149,793.40	46%	0.46
S/ 6,134	-2.5%	S/ 6,134	-2.3%	S/ 6,134	-2.1%	S/ 3,266.06	1.0%	
S/ 31,379	18%	S/ 47,397	18%	S/ 51,524	17%	S/ 46,663.19	14%	
S/ 6,137	-3%	S/ 4,118	-2%	S/ 1,593	-1%	S/ -	0%	
S/ 37,516	20%	S/ 51,515	19%	S/ 53,117	18%	S/ 46,663.19	14%	
S/ 3,752	2%	S/ 5,152	2%	S/ 5,312	2%	S/ 3,256.41	1%	
S/ 14,734	19%	S/ 46,364	17%	S/ 47,805	16%	S/ 43,406.78	13%	

Tabla 24

Balance General

ACTIVOS					
Caja		24,466	S/ 39,171.71	S/ 81,588.09	S/ 122,921.17
Activos fijos	S/	58,485.54	S/ 52,351.98	S/ 46,218.43	S/ 40,084.87
Activos intangibles	S/	3,000.00	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00
Otros activos	S/	1,900.00			
TOTAL ACTIVOS	S/	87,851.44	S/ 94,523.70	S/ 130,806.52	S/ 166,006.05
PASIVOS					
Financiamiento	S/	30,748.00	22,686.30	12,605.53	-
PATRIMONIO					
Capital	S/	57,103.44	S/ 57,103.44	S/ 57,103.44	S/ 57,103.44
Resultado acumulado				S/ 14,733.95	S/ 61,097.55
Resultado del ejercicio			S/ 14,733.95	S/ 46,363.60	S/ 47,805.06
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/	87,851.44	S/ 94,523.70	S/ 130,806.52	S/ 166,006.05

6.6 Análisis financieros

Tabla 25

Análisis financiero

VAN económica	S/5,801	sin deuda (FCE)	WACC Tasa de descuento	15.01%	
TIR económica	19%				
VAN financiero	S/10,594	con deuda (FCF)	COK	12.76%	
TIR financiera	23%				
	WACC	Año 00	Año 01	Año 02	Año 03
	15.01%	-			
		87,851.44	37,512.58	41,263.84	45,390.23
	COK	Año 00	Año 01	Año 02	Año 03
	12.76%	-			
		57,103.44	25,581.77	28,738.23	32,121.12
Periodo de recuperación (PRI)					
Económico	-	años		-28.1	meses
	2.34				
Llevar al año 0 para tener el período de recuperación					
			22687.59432	22603.50549	22406.00008
			30,748.00		
Financiero	-	años		-	meses
	1.36			16.26	

Económico

VAN	TIR
S/5,801	19%

Financiero

VAN	TIR
S/10,594	23%

Tabla 26*TIR Tasa Interna de Retorno*

Variables	Base	Optimista	Pesimista
Tasa Interna de Retorno			
Económica	19%	24%	14%
Financiera	23%	28%	18%
Valor Actual Neto (VAN)			
Económico	5,801	6,091	5,511
Financiero	10,594	11,123	10,064
Periodo de recuperación (PRI)			
Económico	-	-	-
Financiero	2.34	2.22	2.46
	1.36	1.29	1.42
Crec. Ventas - Promedio anual			
TCEA	27%	22%	32%
Líneas de servicio			
Precios (sin IGV)			
Alquiler	833.00	874.65	791.35
Alquiler +anfitrión y actividades	933.00	979.65	886.35
Alquiler integración Familiar	1,000.00	1,050.00	950.00

CAPÍTULO VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

De acuerdo a la investigación de este proyecto casa de recreo Mi Refugio EIRL, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Se llevo a cabo los lineamientos estratégicos y a través del análisis FODA se determina que la casa de recreo Mi Refugio, se encuentre en condiciones de aplicar estrategias establecidas.
- Los resultados de microentorno y macroentorno indican que existe un gran

mercado para explotar, dando de esta manera una oportunidad para la empresa.

- Al no tener mayor competencia en su entorno, es propicio el establecimiento de la empresa por su ubicación geográfica y la demanda. existente.
- Para promocionar la casa de recreo Mi Refugio se utilizará la herramienta de las 4Ps de Mc Carthy, promoción, plaza, producto y precio; en el lanzamiento.
- El proyecto es técnicamente viable porque se dan las condiciones y se cuenta con el local y los muebles y enseres, solo sería necesario los permisos y trámites burocráticos.
- El emprendimiento es viable financiera y económicamente, ya que las proyecciones financieras y económicas nos dan un VAN positivo y una tasa interna de retorno a corto plazo.

7.2 Recomendaciones

Según las conclusiones obtenidas la Casa de Recreo Mi Refugio, se recomienda al directorio lo siguiente,

Para los meses de mayo a octubre se debe procurar el incremento de la afluencia del público, promocionando las actividades gastronómicas, turísticas locales y religiosas, y publicitando mediante las redes sociales.

Crear alianzas estratégicas con los emprendedores, artesanos y productores vitivinícolas de la zona para crear un fortalecimiento en el servicio que se brinda a los huéspedes.

A partir del segundo año, sería conveniente utilizar otra de las herramientas, pudiendo ser las 8 Ps, la que permitirá mejorar la buena atención a los huéspedes sin mella a la calidad del servicio prestado.

Mantener y renovar de ser necesario la infraestructura y los enseres, para que la calidad de servicio no decaiga y con eso se disminuya la afluencia de los huéspedes

Con los datos obtenidos en el análisis financiero, se recomienda que a partir del tercer año se pueda reinvertir parte del capital para potenciar o hacer crecer la empresa.

