

Universidad Católica de Santa María
Facultad de Ciencias Económico Administrativas
Escuela Profesional de Administración de Empresas



“ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD
ECONÓMICA PARA LA INSTALACIÓN DE UN HOSTAL EN EL DISTRITO DE
MAJES-CAYLLOMA 2017”

Tesis presentada por el bachiller:
Raa Chuquicondor, Rosa Angela
Para optar el Título Profesional de
Licenciada en Administración de
Empresas.

Asesor: Mg. Midolo Ramos, Wilfredo

Arequipa, Perú

2018

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICO-ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DICTAMEN DEL BORRADOR DE TESIS DE INVESTIGACION

A : Director de la Escuela Profesional de Administración de Empresas
DE : Magister Héctor Taco Tamo y Magister Wilfredo Midolo Ramos

ASUNTO : Evaluación del Plan de Tesis: "ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD ECONÓMICA PARA LA INSTALACIÓN DE UN HOSTAL EN EL DISTRITO DE MAJES CAYLLOMA 2017"

Presentado por : RAA CHUQUICONDOR ROSA ANGELA
CÓDIGO. 2012602112

Referencia : Decreto N° 106 – EPAE – 2017

Fecha : 15 – 03 - 2018

Con fecha 4 de junio a horas 13:00 a.m. en el local de la Escuela Profesional de Administración de Empresas se reunió el jurado evaluador designado por la Dirección, de cuya evaluación de cada uno de los ítems consignados en las hojas de evaluación, se hace llegar el resultado del Dictamen del Borrador de Tesis de Investigación con el dictamen siguiente:

Aprobado (X) Aprobado con observaciones levantadas () Rechazado ()

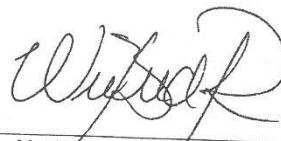
Sin observaciones

Es todo cuanto tenemos que informarle a usted para su conocimiento y fines.

Atentamente,



Docente: Magister Héctor Taco Tamo
Código: 0312



Docente: Magister Wilfredo Midolo Ramos
Código: 2585

DEDICATORIA

Quiero dedicar un especial agradecimiento a Dios, a la Virgen María y a mi ángel de la guarda, que siempre están presentes en mi vida, me acompañan y me iluminan en cada decisión de vida, son mi guía y mi fe. .

A mis padres que gracias a ellos, yo puedo estar aquí, esforzándome para cumplir mis sueños y hacerlos sentir orgullosos y que todo sacrificio valió la pena.

A mi profesores que con paciencia supieron guiarme es este camino de 5 años de aprendizaje y de forjarme un camino, amigos y compañeros que son una parte importante en mi vida, que me ayudaron en toda mi etapa de universidad y en este paso de realizar este proyecto para convertirme en profesional.

Rosa Angela Raa Chuquicondor

INDICE

RESUMEN	xiv
ABSTRACT	xv
INTRODUCCION	xvi
CAPITULO 1	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1. Planteamiento teórico	1
1.1. Problema	1
1.1.1. Descripción del problema.....	1
1.1.2. Formulación del problema.....	3
1.2. Interrogantes básicas	3
1.3. Descripción	4
1.3.1. Campo, área y línea	4
1.3.2. Tipo de problema.....	4
1.3.3. Análisis de variables.....	4
1.4. Justificación	6
1.5. Objetivos	7
1.5.1. Objetivo general	7
1.5.2. Objetivo específicos	7
CAPITULO 2	8
MARCO TEORICO	8

2.	Determinación de conceptos	8
2.1.	Estudio de pre factibilidad	8
2.1.1.	Estudio de mercado	8
2.1.2.	Estudio técnico	10
2.1.3.	Presupuestos e inversiones	12
2.1.4.	Estudio económico financiero	14
2.1.5.	Sector Hotelero.....	18
2.2.	Antecedentes investigativos	22
2.3.	Hipótesis	25
	PLANTEAMIENTO OPERACIONAL	26
3.	Descripción de Análisis Operativo	26
3.1.	Técnicas	26
3.2.	Instrumentos	26
3.3.	Estructura de las técnicas e instrumentos	26
3.4.	Campo de verificación	27
3.4.1.	Ámbito.....	27
3.4.2.	Unidades de estudio: universo y muestra.....	27
3.4.2.1.	Universo	27
3.4.2.2.	Muestra	28
3.5.	Estrategias de recolección de datos	29
3.5.1.	Instrumento.....	29

3.5.2.	Validación del instrumento	29
3.5.3.	Criterios o estrategias para el manejo de resultados.....	29
3.6.	Medios y recursos	30
3.6.1.	Recursos humanos	30
3.6.2.	Recursos materiales.....	30
3.6.3.	Financieros	30
CAPITULO 4.....	31
RESULTADOS DE LA INVESTITACION	31
4. Estudio de Pre factibilidad	31
4.1. Estudio de mercado	31
4.1.1.	Análisis de la demanda.....	31
4.1.1.1.	Delimitación de la demanda	31
4.1.1.2.	Comportamiento de la demanda.....	32
4.1.1.3.	Cuantificación de la demanda	48
4.1.1.4.	Proyección de demanda.....	49
4.1.2.	Análisis de la oferta.....	49
4.1.2.1.	Comportamiento de la oferta.....	49
4.1.2.2.	Análisis de los competidores	50
4.1.2.3.	Cuantificación de la oferta	52
4.1.2.4.	Proyección de oferta.....	52
4.1.2.5.	Demanda insatisfecha.....	53
4.1.3.	Análisis de proveedores.....	56

4.1.4.	Estrategias de comercialización	56
4.1.4.1.	Estrategias de posicionamiento	56
4.1.4.2.	Mix de marketing	57
4.2.	Estudio técnico – operativo.....	59
4.2.1.	Tamaño del proyecto	59
4.2.1.1.	Relación tamaño – demanda.....	59
4.2.1.2.	Relación tamaño – financiamiento	60
4.2.2.	Sector hotelero.....	60
4.2.3.	Capacidad del proyecto	64
4.2.4.	Localización del proyecto	64
4.2.4.1.	Macro localización	64
4.2.4.2.	Micro localización.....	67
4.2.5.	Organización y administración.....	70
4.2.5.1.	Generalidades	70
4.2.5.2.	Estructura de la organización	70
4.2.5.3.	Requerimiento de personal.....	71
4.2.5.4.	Funciones del personal	72
4.2.6.	Tecnología del proyecto	73
4.2.6.1.	Diagrama de flujo.....	73
4.3.	Estudio económico financiero	76
4.3.1.	Inversiones.....	76

4.3.1.1. Inversiones activo fijo	76
4.3.1.2. Inversión intangibles	77
4.3.1.3. Capital de trabajo.....	78
4.3.2. Ingresos y egresos del proyecto.....	79
4.3.2.1. Presupuestos de ingresos	79
4.3.2.2. Presupuestos de egresos	80
4.3.3. Financiamiento	85
4.3.3.1. Estructura del capital	86
4.3.3.2. Fuentes de financiamiento.....	86
4.3.3.3. Cronograma de amortizaciones	87
4.3.4. Punto de equilibrio	87
4.4. Evaluación económica financiera.....	89
4.4.1. Estados financieros.....	89
4.4.1.1. Estado de ganancias y pérdidas	89
4.4.1.2. Flujo de caja	90
4.4.2. Determinación del costo de oportunidad COK	91
4.4.3. Determinación de Coto Promedio Ponderado de Capital (WACC).....	92
4.4.4. Evaluación económica VANE.....	93
4.4.5. Evaluación financiera VANF	94
4.5. Análisis de Sensibilidad	94
4.5.1. Escenario pesimista	95

4.5.2. Escenario optimista	95
RECOMENDACIONES	100
BIBLIOGRAFIA	102
ANEXOS	104
APÉNDICE	107

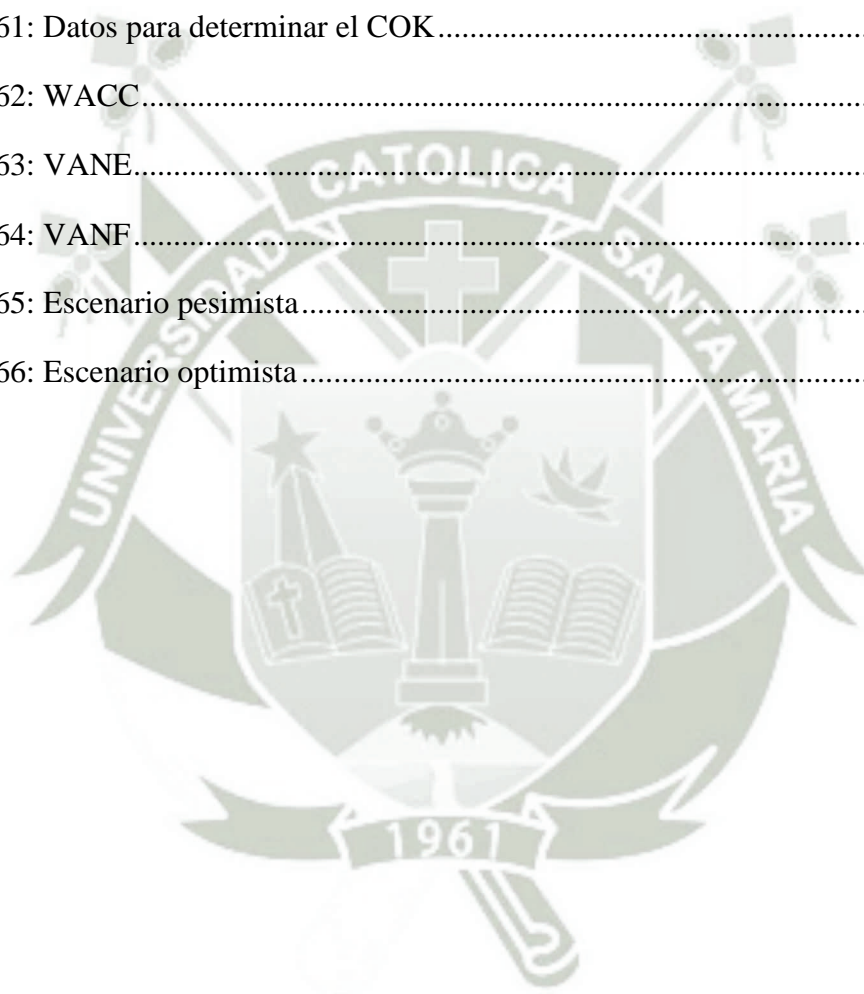


INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de variables.....	5
TABLA 2: Técnicas e instrumentos	26
TABLA 3: Género	32
TABLA 4: Profesión	33
TABLA 5: Estado civil.....	34
TABLA 6: Asistencia	35
TABLA 7: Sensibilidad de cambio	37
TABLA 8: Calidad de atención	38
TABLA 9: Tiempo de estadía	39
TABLA 10: Habitación más solicitada	40
TABLA 11: Servicios adicionales.....	41
TABLA 12: Precio	42
TABLA 13: Atributos de elección.....	44
TABLA 14: Promociones.....	45
TABLA 15: Mejoras a realizar.....	46
TABLA 16: Medios de información	48
TABLA 17: Proyección de demanda.....	49
TABLA 18: Hospedaje al que asistió.....	50
TABLA 19: Proyección de oferta.....	53
TABLA 20: Demanda insatisfecha.....	54
TABLA 21: Mercado Disponible.....	54
TABLA 22: Mercado Efectivo	55
TABLA 23: Mercado Meta	55
TABLA 24: Precio	58
TABLA 25: Distribución de habitaciones	61
TABLA 26: Sector alojamiento.....	61

TABLA 27: Sector alojamiento.....	62
TABLA 28: Sector áreas abiertas y comunes.....	63
TABLA 29: Criterios de macro localización.....	65
TABLA 30: Macro localización del proyecto	67
TABLA 31: Escala de ponderación de factores de localización	68
TABLA 32: Personal	71
TABLA 33: Funciones administrador	72
TABLA 34: Funciones recepcionista	72
TABLA 35: Funciones limpieza	73
TABLA 36: Inversiones activo fijo.....	76
TABLA 37: Inversiones intangibles.....	77
TABLA 38: Capital de trabajo	78
TABLA 39: Presupuestos ingresos.....	79
TABLA 40: Material directo	80
TABLA 41: Mano de obra directa.....	80
TABLA 42: Materiales indirectos	81
TABLA 43: Mano de obra directa.....	81
TABLA 44: Gastos indirectos	82
TABLA 45: Costos y gastos indirectos	82
TABLA 46: Gastos de administración	83
TABLA 47: Personal administrativo.....	83
TABLA 48: Gastos de ventas.....	83
TABLA 49: Gastos-operativos.....	84
TABLA 50: Depreciación del activo.....	84
TABLA 51: Estructura de financiamiento.....	85
TABLA 52: Estructura del capital.....	86
TABLA 53: Fuentes de financiamiento.....	86

TABLA 54: Amortización.....	87
TABLA 55: Punto de equilibrio bajo prorratio.....	88
TABLA 56: Punto de equilibrio habitaciones	88
TABLA 57: Estado de ganancias y pérdidas.....	89
TABLA 58: Flujo de caja económico.....	90
TABLA 59: Flujo caja financiero.....	91
TABLA 60: Datos para determinar Bproy	91
TABLA 61: Datos para determinar el COK.....	92
TABLA 62: WACC.....	93
TABLA 63: VANE.....	93
TABLA 64: VANF.....	94
TABLA 65: Escenario pesimista.....	95
TABLA 66: Escenario optimista	96



ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1: Género	32
Ilustración 2: Profesión.....	34
Ilustración 3: Estado civil.....	35
Ilustración 4: Asistencia	36
Ilustración 5: Sensibilidad de cambio.....	37
Ilustración 6: Calidad de atención	38
Ilustración 7: Tiempo de estadía.....	39
Ilustración 8: Habitación más solicitada.....	40
Ilustración 9: Servicios adicionales	41
Ilustración 10: Precio.....	43
Ilustración 11: Atributos de elección.....	44
Ilustración 12: Promociones	45
Ilustración 13: Mejoras a realizar	47
Ilustración 14: Medios de información.....	48
Ilustración 15: Organigrama.....	71

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: Requisitos para clasificación como hostel.....	104
ANEXO 2: Plano de ubicación.....	106



APÉNDICE

Apéndice 1: Cuestionario	107
Apéndice 2: Factor para determinar el precio habitación simple	110
Apéndice 3: Precio habitación simple	111
Apéndice 4: Factor para determinar el precio habitación doble	111
Apéndice 5: Precio habitación doble	112
Apéndice 6: Factor para determinar el precio habitación matrimonial	112
Apéndice 7: Precio habitación matrimonial	113
Apéndice 8: Gasto mantenimiento	113
Apéndice 9: Prorrateso de gasto mantenimiento	113
Apéndice 10: Gasto agua- gastos indirectos	113
Apéndice 11: Gasto vestuario y seguridad	114
Apéndice 12: Gasto agua-gastos administrativos	114
Apéndice 13: Gasto energía eléctrica-administración	114
Apéndice 14: Gasto energía eléctrica-servicio	115
Apéndice 15: Gasto comunicaciones	115
Apéndice 16: Gasto útiles escritorio y papelería	115
Apéndice 17: Gasto alquiler	115
Apéndice 18: Gasto promoción y publicidad	116
Apéndice 19: Gasto merchandising	116
Apéndice 20: Punto de equilibrio H. simple	116
Apéndice 21: Gráfica de punto de equilibrio H. simple	117
Apéndice 22: Punto de equilibrio H. doble	117
Apéndice 23: Gráfica punto de equilibrio H. doble	118
Apéndice 24: Punto de equilibrio H. matrimonial	118
Apéndice 25: Gráfica punto de equilibrio H. matrimonial	119
Apéndice 26: Planos del hostel	120

RESUMEN

El presente estudio de pre factibilidad tiene como objetivo evaluar si existe factibilidad económica, financiera para la instalación de un nuevo hostel en el distrito de Majes, el cual estará enfocado en satisfacer las necesidades de los consumidores locales y visitantes.

Durante el primer, segundo y tercer capítulo se describió el problema, se formuló el objetivo principal y secundario, se desarrolló el marco teórico y se formuló el planteamiento operacional donde encontramos nuestra muestra de 384, determinada por un grado de confiabilidad del 95%, también se describió las técnicas y recursos que se utilizaron para la recolección de la información.

En el cuarto capítulo se desarrolló el estudio técnico y financiero dándonos los siguientes resultados, se obtuvo un valor actual neto económico (VANE) que asciende a S/.112,822.8, mientras que el valor actual neto financiero (VANF) asciende a S/.92,539.8, una relación de Beneficio Costo (B/C) de 4.58 y una Tasa interna de retorno (TIR) con un valor de 77% de rentabilidad que nos da como un periodo de recuperación de la inversión un poco más de 17 meses.

Con los resultado se puede afirmar que si es viable la instalación de un hostel en el distrito de Majes.

PALABRAS CLAVES

Hostal, Pre factibilidad.

ABSTRACT

The objective of this pre-feasibility study is to assess whether there is economic or financial feasibility for the installation of a new hostel in the district of Majes, which will be focused on satisfying the needs of local consumers and visitors.

During the first, second and third chapter the problem was described, the main and secondary objective was formulated, the theoretical framework was developed and the operational approach was formulated where we found our sample of 384, determined by a 95% reliability level, also the techniques and resources that were used to collect the information were described.

In the fourth chapter the technical and financial study was developed giving us the following results, a net economic present value (VANE) was obtained, amounting to S/.112,822.8,, while the financial net present value (VANF) amounts to S / .92,539.8 a Cost Benefit (B / C) ratio of 4.58 and an Internal Rate of Return (IRR) with a value of 77% profitability that gives us as a period of recovery of the investment a little over 17 months. With the results it can be said that if the installation of a hostel in the district of Majes is viable.

KEYWORDS

Hostel - pre feasibility.

INTRODUCCION

El sector hotelero, en el Perú es uno de los sectores más importantes y con más crecimiento junto con el sector turismo, en la actualidad Arequipa, es una región atractiva para los negocios e inversiones en el sector textil, comercio, infraestructura, minería, energía y construcción.

Asimismo, Arequipa, la “Ciudad Blanca” tiene una atractiva estructura turística, es por ello el gran desarrollo hotelero en la ciudad para poder satisfacer la demanda que viene creciendo día a día; es por ello que el sector hotelero la competencia es muy grande, con una variada oferta y muchas alternativas con el fin de captar a distintos tipos de clientes tratando de satisfacer sus necesidades con el fin de consolidarse en el mercado hotelero.

En el distrito de Majes, en la provincia de Caylloma, se ha presentado un gran crecimiento migratorio en las últimas décadas esto a echo que exista más comercio y no necesariamente relacionadas a lo que es la ganadería y agricultura que era de mayor presencia en el distrito; puesto que son muchas las personas que llegan diariamente a dicho distrito a realizar diferentes tipos de actividades económicas y sociales esto ha generado la construcción de más hospedajes, para que se pueda cubrir la demanda actual, los cuales algunos de los hostales ya se encuentran posicionados en el mercado, aunque muchos de ellos con ciertas deficiencias en la calidad del servicio que se brinda. Es por ello, que surgió el interés por realizar un estudio de pre factibilidad para la creación de un hospedaje ubicado en el distrito de Majes, siendo necesario hacer en primer lugar un estudio de mercado, luego el estudio técnico y organizativo, para finalmente en base a una evaluación económica, determinar si el proyecto es atractivo y factible debido a los resultados obtenidos, nos demuestra que existirá una rentabilidad atractiva y se puede atender una demanda que no está satisfecha.

CAPITULO 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1. Planteamiento teórico

1.1. Problema

“Estudio de pre factibilidad para determinar la viabilidad económica para la instalación de un hostel en el distrito de Majes-Caylloma 2017”

1.1.1. Descripción del problema

Uno de los sectores más importantes en el Perú es el sector Turismo que va de la mano con el sector hotelero, el crecimiento de estos sectores de forma ascendente se ve impulsado por el estado peruano a través de diferente formas: goce de días libres por parte de empleados públicos, feriados largos, entre otros; siendo una de los efectos inmediatos la afluencia de turistas nacionales en todo el territorio nacional.

Según el Mincetur: Turismo crecería más de 9% en el 2018 “Ferreyros destacó que el país recibiría, al cierre de este año, 4,03 millones de turistas internacionales, lo que representa un incremento de 7,5% respecto al 2016. Con ello en mente, resaltó ante el Pleno del Congreso que para el 2018, el Perú recibiría 4,40 millones de turistas internacionales, creciendo 9,8% con respecto al resultado del 2017.

Asimismo, destacó que la actividad turística en el país es la tercera fuente generadora de divisas, detrás del sector minería y agropecuario, alcanzando los US\$4.303 millones al

cierre del 2016 por turismo receptivo. Para el 2017, la generación de divisas incrementaría a US\$4.591 millones”¹.

Por otro lado para el sector hotelero existe una demanda que va creciendo de una forma acelerada en todo el Perú; en el distrito de Majes, en la Provincia de Caylloma, en las últimas dos décadas, se ha presentado un gran proceso migratorio que ha determinado el creciente desarrollo demográfico, económico, social y emprendedor que existe en la zona, puesto que son muchas las personas que arriban a dicho distrito para realizar distintos tipos de actividades económicas, realizar negocios relacionados a las actividades agropecuarias que son las de mayor presencia en el distrito, así como otras actividades relacionadas a una serie de productos que son destinados a la ganadería, servicios y otros, situación que ha motivado que en Majes se construyan numerosos hospedajes debido al creciente número de personas que llegan diariamente a dicho distrito por una corta temporada.

Por observación se encuentra que las personas que solicitan y ocupan los hospedajes de majes en la mayoría no se sienten satisfechos con los servicios que les brindan estos establecimientos, ya sea por la comodidad, limpieza, amabilidad del personal. A pesar de ello las personas toman los servicios porque tienen la necesidad de pernoctar en este distrito por diferentes motivos.

Al ver esta situación antes planteada, que existe una alta demanda de clientes para los hospedajes diariamente y que hay una mala calidad de servicio y no se sienten satisfechos

¹ Fuente: <https://elcomercio.pe/economia/peru/mincetur-turismo-creceria-9-2018-noticia-477186>

con el servicio, se desea realizar un estudio de pre-factibilidad con el propósito de conocer la rentabilidad económica-financiera de instalar un nuevo hostel en el distrito de Majes 2017, y así poder cubrir la demanda y crear un hostel que satisfaga a los clientes en sus necesidades.

1.1.2. Formulación del problema

¿Cuál es la Pre-factibilidad económica para determinar la viabilidad de la instalación de un hostel en el distrito de Majes 2017?

1.2. Interrogantes básicas

- ¿Cuál es la Pre-factibilidad para la implementación de un hostel en el distrito de Majes?
- ¿Cómo es el comportamiento del mercado actual; demanda, oferta y comercialización; de los hostales en el distrito de Majes?
- ¿De qué tamaño, ubicación y que tecnología se utilizara para el hostel en el distrito de Majes?
- ¿Cuál es la estructura organizacional más apropiada que permita el correcto funcionamiento del hostel en el distrito de Majes?
- ¿Cuánto serán las inversiones y financiamiento necesarios para la implementación de un hostel en el distrito de Majes?
- ¿Cuál es la rentabilidad económico-financiera de la implementación un hostel en el distrito de Majes?

- ¿Cuáles serán los posibles escenarios que presenta el estudio de Pre-factibilidad para la implementación del hostel en el distrito de majes?

1.3. Descripción

1.3.1. Campo, área y línea

- **Campo:** Ciencias Sociales
- **Área:** Administración de empresas
- **Línea:** Proyecto de inversión

1.3.2. Tipo de problema

- **Tipo de estudio:** No Experimental
- **Nivel de estudio:** Descriptivo-Explicativo
- **Tipo de problema:** Relacional-Transversal

1.3.3. Análisis de variables

a) Análisis de variables

- **Variable independiente:** Estudio de Pre-factibilidad
- **Variable dependiente:** Viabilidad Económica.

TABLA 1: Operacionalización de variables

VARIABLES	SUB VARIABLES	INDICADORES	
INDEPENDIENTE	Estudio de Mercado	Oferta	
		Demanda	
		Precio	
		Comercialización	
	Estudio Técnico-Operativo	Tecnología del Proyecto	
		Tamaño y Localización	
		Proceso de Servicio	
		Requerimiento de personal	
		Aspecto legal	
		Estructura organizacional	
DEPENDIENTE	Estudio de Pre - Factibilidad	Inversión	
		Financiamiento	
	Estudio Económico-Financiero	Presupuesto de Ingresos y Egresos	
		Estados Financieros	
	Evaluación Económica-Financiera	Evaluación Económica	
		Evaluación Financiera	
	Viabilidad económica	Análisis de Sensibilidad	Escenario Pesimista
			Escenario Medio
			Escenario Optimista

Nota: Son las Variables que serán empleadas para el desarrollo del proyecto.

1.4. Justificación

El distrito de Majes presenta un marcado crecimiento social y económico y es un lugar de creación constante de nuevos emprendimientos los cuales, están orientados a satisfacer las necesidades de las personas que viven en el distrito o de aquellas que por motivos personales, recreación o trabajo arriban al mismo, siendo el sector hotelero uno de los de mayor crecimiento pero también insatisfecho por la baja calidad en atención que ofrecen los diferentes tipos de alojamientos hacia sus consumidores.

Siguiendo este punto de vista de la demanda insatisfecha, la presente investigación mediante un estudio de mercado, análisis de la demanda, estudio técnico, estudio económico financiero, busca ver si es rentable iniciar con la instalación de un hostel en Majes el cual será de mucha utilidad, ya que se verá con mayor claridad las necesidades de los clientes, las falencias que tienen los otros hospedajes y así poder atender a un mercado que no está satisfecho y también poder contribuir a la economía del distrito, generando fuentes de empleo directos e indirectos, contribuyendo a mejorar el bienestar social de Majes.

Finalmente, este estudio será favorable para los propietarios, quienes al concluir que el proyecto es rentable invertirán una suma importante de dinero, y para la autora del trabajo de investigación quien pondrá en práctica los conocimientos adquiridos en la Universidad y podrá mejorar los conocimientos sobre el tema, puesto que no existen estudios de pre-factibilidad para la instalación de un hostel en el distrito de Majes.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

- Determinar la Pre-factibilidad para la implementación de un hostel en el distrito de Majes.

1.5.2. Objetivo específicos

- Analizar el comportamiento del mercado actual; demanda, oferta, precios y comercialización; de los hostales en el distrito de majes.
- Determinar el tamaño, ubicación y tecnología para la implementación del hostel en el distrito de Majes.
- Establecer la estructura organizacional más apropiada que permita el correcto funcionamiento del hostel en el distrito de Majes.
- Formular presupuestos de inversión y financiamiento necesarios para la implementación un hostel en el distrito de Majes.
- Evaluar la rentabilidad económico-financiera para la implementación de un hostel en el distrito de Majes.
- Establecer los posibles escenarios que presenta el estudio de Pre-factibilidad para la implementación de un hostel en el distrito de Majes.

CAPITULO 2

MARCO TEORICO

2. Determinación de conceptos

2.1. Estudio de pre factibilidad

Según (Baca Urbina, 1991, pág. 19), “El estudio de perfectibilidad o anteproyecto, es un estudio que profundiza el examen en fuentes secundarias y primarias en investigación de mercado, detalla la tecnología que se empleará, determina los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto y es la base en que se apoyan los inversionistas para tomar la decisión”

2.1.1. Estudio de mercado

Según (Baca Urbina, 1991, pág. 14) El estudio de mercado se propone dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado. La investigación que se realice debe tener las siguientes características:

- La recopilación de la información debe ser sistemática
- El método de recopilación debe ser objetivo y no tendencioso
- Los datos recopilados siempre deben ser información útil
- El objeto de la investigación siempre debe tener como objetivo final servir como base para la toma de decisiones.

a) Concepto de Demanda

“La búsqueda de satisfactores de un requerimiento o necesidad que realizan los consumidores, aunque sujeta a diversas restricciones, se conoce como demanda del mercado.” (Chain N. S., 2011, pág. 46).

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.”

(Baca Urbina, 1991, pág. 17)

b) Concepto de Oferta

“Oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.”

(Baca Urbina, 1991, pág. 43)

Según (Chain N. S., 2011, pág. 55) mientras que la demanda del mercado estudia el comportamiento de los consumidores, la oferta del mercado corresponde a la conducta de los empresarios, es decir, a la relación entre la cantidad ofertada son el costo de producción del bien o servicio, el grado de flexibilidad en la producción que tenga la tecnología, las expectativas de los productores, la cantidad de empresas en el sector, el precio de bienes relacionados y la capacidad adquisitiva de los consumidores, entre otros.”

c) Concepto de Comercialización

“La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar” (Baca Urbina, 1991, pág. 52)

d) Concepto de Precio

“Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio.” (Baca Urbina, 1991, pág. 48)

2.1.2. Estudio técnico

a) Descripción de localización

Según (Baca Urbina, 1991, pág. 98) La localización óptima de un proyecto es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) y obtener el coto unitario mínimo (criterio social). El objetivo general de este punto es, por supuesto, llegar a determinar el sitio donde se instalara la planta.

b) Concepto de tamaño de empresa

Según (Chain N. S., 2011, pág. 134) El tamaño de un proyecto muestra su relación con el número de unidades a producir, el número de consultas médicas que atender, la cantidad de empresas a las que prestar servicios contables o el número de cursos a dictar en un periodo de tiempo.

El estudio del tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. Varios elementos se conjugan para la definición del tamaño: la demanda esperada, la disponibilidad de los insumos, la localización del proyecto, el valor de los equipos, etcétera.

“El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año” (Baca Urbina, 1991, pág. 84)

c) Concepto de ingeniería de proyecto

(Baca Urbina, 1991, pág. 101) Nos dice, “El objetivo general del estudio de ingeniería de proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina

la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.”

d) Insumos

Los insumos son la parte esencial de todo proceso productivo y no contar con disponibilidad es una de las principales razones para que cualquier empresa fracase.

Según (Chain S. , 2007), la disponibilidad de insumos, tanto humanos como materiales y financiero, es otro factor que condiciona el tamaño del proyecto. Los insumos podrían no estar disponibles en la cantidad y en la calidad deseada, limitando la capacidad de uso del proyecto o aumentando los costos de abastecimiento.

e) Estructura organizativa

“Todas las actividades que se requieran para la implementación y la operación del proyecto deberán programarse, coordinarse y controlarse por alguna instancia que el estudio del proyecto debe prever “(Chain S. , 2007, pág. 132).

La estructura organizativa su principal objetivo define la naturaleza y contenido de cada uno de los cargos de la organización.

f) Marco legal

(Baca Urbina, 1991), nos recomienda tomar en cuenta varios aspectos, sin embargo, para esta investigación se consideraron solo los de aspecto legal.

- Mercado, se considerará la legislación sanitaria sobre permisos que deben obtenerse, esto lo emite la Municipalidad provincial de Arequipa; además de la elaboración de la relación contractual con proveedores y clientes.

- Localización, se deberá establecer los gastos notariales, transferencias, inscripción en Registros Públicos (SUNARP). Determinación de los honorarios a los profesionales que efectuaran los tramites.
- Estudio Técnico, detallar la transferencia de tecnologías, aranceles y permisos por el importe de maquinaria o materia prima y leyes contractuales en caso se requiera servicios externos.
- Administración y organización, leyes que regulan la contratación del personal, prestaciones sociales, beneficios sociales entre otras.
- Aspecto financiero y contable, la ley del impuesto a la renta, tributos, depreciaciones amortización, método fiscal etc.

2.1.3. Presupuestos e inversiones

a) Concepto de activos tangibles

“Los activos tangibles son objetos físicos que pueden verse y tocarse: terrenos, recursos naturales, edificios y equipo”. (Horngren, 2000, pág. 278)

b) Concepto de activos intangibles

(ROBERTS F. MEIGS) Los activos en esta clasificación no tienen sustancia física. Los activos intangibles son clasificados en el balance general como un subgrupo de los activos fijos. Sin embargo, no todos los activos que carecen de sustancia física se consideran activos intangibles. En resumen los activos intangibles se utilizan en la operación del negocio, pero no tienen sustancia física y no son corrientes.

“Los activos intangibles no son de índole física. Casi siempre son derechos o beneficios económicos, como patentes, marcas registradas y derechos de autor”.

(Horngren, 2000, pág. 278)

c) Financiamiento

(Finnerty, 2000, pág. 34) Declara que “después de fijar las inversiones necesarias para el comienzo de la actividad, se debe pensar en la forma en que se va a financiar. Como normal general el activo fijo se financiara como pasivo fijo, y el activo circulante se financiara como pasivo circulante”

Debemos determinar el tipo de financiamiento que tendremos para nuestro proyecto que podría ser propio o de terceros (bancos).

d) Concepto de presupuesto de ingresos

“El presupuesto de ingresos está formado por la previsión de los recursos que la entidad espera obtener en el año para financiar sus gastos que figuran en el presupuesto de costos (Goxens Cols, 2007, pág. 85)

e) Concepto de presupuestos de costos y egresos

“El presupuesto de costos son el reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico, un error en el coste de la producción generalmente es atribuirle a errores de cálculo en nuestro estudio técnico” (Baca Urbina, 1991, pág. 162) (Suarez Chacon, 2000)

f) Inversiones del proyecto

Realizar las proyecciones de las inversiones antes que el proyecto empiece con sus operaciones es importante ya que nos proyectaremos a la cantidad de dinero que vamos a necesitar para el proyecto.

Según (Chain N. S., 2011, pág. 180) no dice que; la mayoría de las inversiones de un proyecto se concentra en aquellas que se deben realizar del inicio de la operación, aunque es importante considerar también las que se deben realizar durante la operación del

proyecto, tanto por la necesidad de reemplazar activos como para enfrentar la ampliación proyectada del nivel de actividad.

2.1.4. Estudio económico financiero

a) Presupuesto de inversión y financiamiento

Para (Suarez Chacon, 2000, pág. 94) La inversión son los recursos (sean materiales o financieros) Necesarios para realizar el proyecto; por lo tanto cuando hablamos de la inversión de un proyecto, estamos refiriéndonos a la cuantificación monetaria de todos los recursos que van a permitir la realización del proyecto. Por lo tanto, cuando se va a determinar el monto de la inversión, es necesario identificar todos los recursos que se van a utilizar, establecer las cantidades y en función de dicha información realizar la cuantificación monetaria

- Inversiones en activo fijo

Según (Baca Urbina, 1991, pág. 143), Se entiende por activo fijo o tangible, a los bienes propiedad de la empresa, como, terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. Se le llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de el sin que ello ocasione problema en sus actividades productivas (a diferencia del activo circulante)

“Son aquellos recursos tangibles (terreno, muebles y enseres, maquinarias y equipos) y no tangibles (gastos de estudios, patente y equipos de constitución) necesarios para la realización del proyecto” esto nos dice (Suarez Chacon, 2000, pág. 95)

- Inversiones en activo circulante

“El valor total de los activos circulantes conforman el capital de trabajo bruto de una empresa, y la diferencia entre el total de activos circulantes y el total de los pasivos circulantes, constituyen el capital de trabajo” (Blanco Rodriguez, 2006, pág. 35)

- Financiamiento

Según (Baca Urbina, 1991, pág. 153) Una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamos para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas, si la empresa logra conseguir dinero barato en sus operaciones, es posible demostrar que esto le ayudara a elevar considerablemente el rendimiento sobre su inversión. Debe entenderse por dinero barato los capitales perdidos en préstamos a tasas mucho más bajas que las vigentes en las instituciones bancarias.

b) Estado de resultados

(Baca Urbina, 1991, pág. 172) La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar.

(Ramírez & Cajigas, 2004, pág. 236) El primer estado de pérdidas y ganancias de un proyecto va desde la fecha del balance general inicial, hasta la fecha del periodo de corte contable definido por los emprendedores, mostrando las transacciones comerciales planificadas para ese lapso. Como se dijo antes, para proyectar el estado de resultados se requiere conocer la estructura de costos del emprendimiento, la estructura financiera y la proyección de ventas.

c) Flujo de caja

Según (Ramírez & Cajigas, 2004) No es un estado financiero, es un instrumento de apoyo para medir la disponibilidad de fondos que permitan atender los requerimientos periódicos de una organización para un periodo, razón por la cual estima los ingresos y egresos efectivos de dinero en el lapso establecido.

d) Punto de equilibrio

(Krajewski, 2000, pág. 67) El punto de equilibrio es el volumen en el cual el ingreso total es equivalente al costo total. El uso de esta técnica se conoce como análisis del punto de equilibrio. Este análisis también puede emplearse para hacer comparaciones entre distintos métodos de producción, calculando el volumen en el cual dos procesos diferentes tienen costos totales iguales.

e) Concepto de valor actual neto

(Chain N. S., 2011, pág. 300) Es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión. Para ellos, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento 0.

Si el resultado es mayor que 0, mostrara cuánto se gana con el proyecto, después de recuperar la inversión, por sobre la tasa de retorno que se exigía al proyecto; si el resultado es igual a 0, indica que el proyecto reporta exactamente la tasa que se quería obtener después de recuperar el capital invertido; si el resultado es negativo, muestra la inversión. Cuando el VAN es negativo, el proyecto puede tener una alta rentabilidad, pero será inferior a la exigida. En algunos casos, como se explicara mas adelante, el VAN negativo

puede incluso indicar que, además de que no se obtiene rentabilidad, parte o toda la inversión no se recupera.

Por otro lado nos da el concepto que “El valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados o la inversión inicial.” (Baca Urbina, 1991, pág. 213)

f) Concepto de tasa interna de retorno

(Chain N. S., 2011, pág. 302) Nos dice que la tasa interna de retorno es “Un segundo criterio de evaluación lo constituye la tasa interna de retorno (TIR), que mide la rentabilidad como porcentaje.” Pero también nos dice que el TIR tiene cada vez menos aceptación y nos explica las razones:

- Entrega un resultado que conduce a la misma regla de decisión que la obtenida con el VAN.
- No sirve para comparar proyectos, por cuanto un TIR mayor no es mejor que una menos, ya que la conveniencia se mide en función de la cuantía de la inversión realizada.
- Cuando hay cambios de signos en el flujo de caja, por ejemplo, por una alta inversión durante la operación, pueden encontrarse tantas TIR como cambios de signo se observen en el flujo de caja.
- No sirve en los proyectos de desinversión, ya que la TIR muestra la tasa que hace equivalentes los flujos actualizados negativos con los positivos, sin discriminar cual es de costo y cual es de beneficio para el inversionista, por lo que siempre es positiva.

“Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero”, “Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados la inversión inicial.” (Baca Urbina, 1991).

g) Concepto de análisis de sensibilidad

(Coss Bu., 2005) El análisis de sensibilidad también puede ser utilizado para determinar la vulnerabilidad de un proyecto a cambios en el nivel de demanda.

La sensibilidad de una propuesta individual debe hacerse con respecto al parámetro más incierto. Por ejemplo, es posible que en la evaluación de una propuesta se tenga mucha incertidumbre con respecto al precio unitario de venta de los productos o servicios que se pretenden comercializar.

2.1.5. Sector Hotelero

a) Definición de sector hotelero

"El sector hotelero comprende todos aquellos establecimientos que se dedican profesional y habitualmente a proporcionar alojamiento a las personas, mediante precio, con o sin servicios de carácter complementario" (Mestres, 1999, pág. 1)

(S.L., 2012, pág. 2) El sector hotelero comprende todos aquellos establecimientos que se dedican profesionalmente a proporcionar alojamiento a las personas. Las características son:

- Se produce un contacto directo entre el productor y el consumidor, puesto que pertenece al sector servicios.
- Requiere contactos interno permanentes entre los diferentes componentes de la organización del trabajo entre sus distintos departamentos jerárquicos.
- Necesita innovaciones rápidas y continuas en relación con las necesidades y preferencias de los clientes.
- Sufre directamente el impacto de la situación económica, política y social.
- Es una industria de producción limitada.

b) Origen y definición de hotel

La palabra “Hotel”, proviene del francés “hostel”, que a su vez tiene origen en el latín medieval “hospitale”, palabra que evoluciono del radical europeo “Ghos” y el sufijo “ti” que significaba “alguien con quién uno tiene deber de hospitalidad.

La definición de Hotel es un establecimiento dirigido por profesionales en el que se ofrece al cliente alojamiento con o sin servicios integrados, a cambio de una contraprestación económica.

Este establecimiento puede ofrecer e incorporar distintos servicios y productos, diferenciándose así un hotel de otro. La palabra “Hotel”, proviene del francés “hostel”, que a su vez tiene origen en el latín medieval “hospitale”, palabra que evoluciono del radical europeo “Ghos” y el sufijo “ti” que significaba “alguien con quién uno tiene deber de hospitalidad¹

La definición de Hotel es un establecimiento dirigido por profesionales en el que se ofrece al cliente alojamiento con o sin servicios integrados, a cambio de una contraprestación económica.

Este establecimiento puede ofrecer e incorporar distintos servicios y productos, diferenciándose así un hotel de otro. (S.L. P. V., 2008, pág. 4)

c) Clasificación de los hospedajes

Según (S.L., 2012, pág. 4) los hoteles se dividen en 3:

Hoteles:

Hoteles: Establecimiento dirigido por profesionales en el que se ofrece al cliente alojamiento con o sin servicios integrados, a cambio de una contraprestación económica.

Este establecimiento puede ofrecer e incorporar distintos servicios y productos, diferenciándose así un hotel de otro.

Hoteles-apartamentos: establecimiento que dispone de unas instalaciones preparadas para la conversación, elaboración y consumo de alimentos por parte del cliente, dentro de la unidad de alojamiento o habitación.

Moteles: establecimiento que se encuentra situado en las proximidades de una carretera, facilitando el alojamiento en departamentos independientes con su propia entrada.

Pensiones/hostales

Pensiones: aquellos establecimientos que no reúnan las condiciones del grupo hoteles serán clasificados en el grupo de pensiones, y estarán divididos en dos categorías, identificadas por estrellas.

Hostales: aquellos establecimientos que cuentan con las instalaciones y servicios mínimos exigidos según su categoría, y que facilitan al público tanto el servicio de alojamiento como el de comida, con sujeción o no al régimen de pensión completa, a elección del cliente.(Peruano, 2015)

Hotel:

Establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea.

Los establecimientos de hospedaje para ser categorizados como Hoteles de una a cinco estrellas, deben cumplir ciertos requisitos².

Hostal:

Establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea.

Los establecimientos de hospedaje para ser categorizados como Hoteles de una a cinco estrellas, deben cumplir ciertos requisitos.

d) Porcentaje de ocupación

(S.L., 2012, pág. 41) Gracias a las reservas, el director de alojamiento, y en consecuencia, el director del hotel, puede conocer la ocupación que en un momento dado registra su hotel.

- Porcentaje de ocupación

$$\frac{\text{NÚMERO DE HABITACIONES VENDIDAS}}{\text{NÚMERO DE HABITACIONES DISPONIBLES}} \times 100$$

Con esta fórmula podemos ver con mayor facilidad cuales son las temporadas altas y bajas, donde vamos a ver un promedio de ocupabilidad³.

² Ver anexo N°1: Requisitos para la clasificación de hostal.

³ Fuente de la fórmula: La industria del hospedaje de Dennis Foster

2.2. Antecedentes investigativos

Olga Carolina Mejía Sierra (2016): “Estudio de pre factibilidad para la construcción del hotel spa “Santos de Piedra” en el municipio de los santos (Santander)”

Este proyecto que es del país de Colombia, departamento Santander y provincia Soto, es un estudio de pre factibilidad para la construcción, implementación y puesta en operación del Hotel Spa Santos de Piedra, surge porque existe un incremento turístico en dicho departamento y sus alrededores, y se quiere hacer un estudio del entorno social, estudio de mercado, legal, ambiental, estudio técnico, estructura organizacional y finalmente el estudio financiero con el fin que al final del estudio muestre si el proyecto es viable.

A partir de dichos componentes, se mostraron los resultados obtenidos y se analizó cuáles son los puntos fuertes y cuales las potenciales amenazas para la implementación del Hotel. Con este proyecto presentado se espera que sea un prospecto de negocio atractivo, con una interesante proyección y con un atractivo potencial de aprovechar un reglón económico que crece cada vez más en la región y el departamento, y con el cual se puede mostrar el municipio a nivel nacional.

Las conclusiones a las que se llegó son que existe una interesante oportunidad de inversión en este departamento ya que tiene un incremento turístico en la zona, con un bajo nivel de riesgo y atractiva rentabilidad, en el ámbito legal y normativo también es viable ya que cumplen con la normal establecidas para empresas hoteleras. En rentabilidad se logró calcular un VAN de \$698.489.908,68, con una TIR de 36.46%, se hizo una proyección a 10 años.

Eduardo Carbajal López (2007): “Estudio de pre factibilidad para la implementación de un ecolodge en la ciudad de Huaraz”

El presente proyecto es de la ciudad de Lima, busca ver si es factible implementar un ecolodge⁴ en Huaraz, el estudio presenta factibilidad económica, técnica y financiera con el fin de poder atender e los turistas que llegan a la zona del Callejón de Huaylas. Este proyecto se realizó ya que en la ciudad de Huaraz existe mucha acogida de turistas extranjeros que se encuentran interesados por el turismo natural, cultural y de aventura; ya que en dicha ciudad existe la cordillera blanca y la cordillera negra que tiene un alto potencial para desarrollar estos tres tipos de turismo por sus relieves geográficos.

Durante los capítulos del proyecto se desarrolló un estudio estratégico, analizando factores macro y micro ambientales, planteándose objetivos estratégicos y financieros para el proyecto, en el siguiente capítulo se realizó el estudio de mercado donde se determinó el perfil del consumidor, proyección de la demanda y la oferta, en el tercer capítulo se realizó el estudio técnico desarrollando la localización óptima para el proyecto y fijando el número de habitaciones.

A las conclusiones que se llegaron es que existe una oportunidad de negocio, con una tendencia de crecimiento en el turismo natural acompañado de una baja competencia en el mercado de hospedaje; también existe viabilidad económica y financiera con un periodo de recuperación de 6 años, incluso con un análisis de sensibilidad en escenarios adversos demuestran que si es viable.

⁴ Es un tipo de hospedaje con una filosofía de cuidar el medio ambiente. Ubicados en áreas naturales, para tipo de turistas que quieren salir de la monotonía y que se preocupan por el medio ambiente.

Medina Jurado Freya Diana, Mendoza Luna Joyce Rossana (2017): “Estudio de pre factibilidad para la creación de un hotel en chinchero-cusco, 2017”

Este proyecto es un estudio para la ciudad de Chinchero- Cusco, el cual busca atender las necesidades de los turistas que llegan a este lugar que queda localizado en Urubamba, este estudio se realizó ya que en dicha localidad hay un nuevo aeropuerto internacional. Este estudio se realizó en 8 capítulos los cuales se demuestra la factibilidad técnica, económica y financiera de la creación de un hotel, su fin es atender las necesidades de alojamientos de los turistas extranjeros, se definieron el objetivo principal, la demanda, la oferta, con esto se delimito la estrategia de diferenciación, por último se definió los presupuestos de ingresos y egresos y los estados financieros.

Del proyecto se concluyó que existe un VANE de S/. 1.433,330 y un TIRE de 23.81% con un periodo de recuperación de 5 años, también se realizó un análisis de sensibilidad en los escenarios optimistas y pesimistas, los ingresos y egresos principales arrojaron resultados viables con valores actuales netos positivos y tasas internas de retorno aceptadas.

Susset Stephanie Gutiérrez Ponce (2015): “Estudio de factibilidad para la implementación de un ecolodge en la ciudad de Arequipa, 2015”

El presente proyecto está localizado en la ciudad de Arequipa, busca evaluar la factibilidad para poder implementar un ecolodge en la ciudad de Arequipa, la cual se logró con un análisis técnico, de mercado, social, legal, organizacional, económico y financiero. Con el estudio se observó que existe una oferta insuficiente para estos establecimientos orientados al ecoturismo, y una creciente demanda para estos tipos de servicios, la investigación es de tipo descriptiva y explicativa, la cual está compuesta por una población

de 26,756 turistas. Se realizó mediante encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros seleccionados aleatoriamente y desarrollada bajo la técnica de observación de datos.

Se obtuvo un valor actual neto que asciende a S/. 1, 155,351.41, con una relación de beneficio costo de 1.47 y una tasa interna de retorno con un valor del 44% de rentabilidad. Este estudio de factibilidad posee un alto potencial, con un periodo de recuperación de 23 meses; entonces se concluye que hay una necesidad actual y futura de un Ecolodge en la ciudad de Arequipa.

2.3. Hipótesis

Dado que, en la actualidad Majes es un distrito en constante crecimiento económico, social y demográfico; existe una gran afluencia de personas que llegan a este distrito donde una de las principales razones es por negocios, se podría decir que las personas que llegan a Majes no tienen un lugar donde hospedarse y llegan por una corta temporada.

Es probable, que a partir de un estudio de pre factibilidad se pueda determinar si existe viabilidad económica y determinar la rentabilidad que tendría la instalación de un hostel en el distrito de Majes – Arequipa.

CAPITULO 3

PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

3. Descripción de Análisis Operativo

3.1. Técnicas

Para el estudio se utilizara la técnica de la encuesta, por medio de preguntas estructuradas se captara las necesidades de nuestro mercado objetivo y la observación documental que dan cuenta a los acontecimientos sociales mediante documentos personales, publicaciones impresas.

3.2. Instrumentos

Formulario de encuesta: Sera elaborada en función de las variables de estudio, se aplicara a los posibles clientes en el distrito de Majes.

Entrevista: Ficha de entrevista de preguntas abiertas.

Observación de campo: Equipos fotográficos, planos y ficha de observación.

3.3. Estructura de las técnicas e instrumentos

TABLA 2: Técnicas e instrumentos

TECNICAS	INSTRUMENTOS	FUENTES
Encuesta	Cuestionario de preguntas	Clientes potenciales
Entrevista	Ficha de entrevista	Dueños de hostales
Observación de campo	Cámara fotográfica/ficha de registro	Competidores y proveedores

Nota: Técnicas e instrumentos que serán necesarios para recolectar la información para el proyecto.

3.4. Campo de verificación

3.4.1. Ámbito

El ámbito geográfico donde se realizara la investigación es en el distrito de Majes, Provincia Caylloma y para ello se tomó en cuenta lo siguiente:

Región: Arequipa

Provincia: Caylloma

Distrito: Majes

Personas que llegan diariamente a Majes en las distintas empresas de transportes. Se pretende asegurar y recopilar la información adecuada para el estudio, en el transcurso de Octubre-Diciembre 2017.

3.4.2. Unidades de estudio: universo y muestra

3.4.2.1. Universo

El universo estará representado por la población del distrito de Majes, hombres y mujeres mayores de edad, y personas que llegan a Majes diariamente en las diferentes empresas de transportes de todos los niveles socioeconómicos, según el INEI la población estimada al 30 de Junio del 2015 en el distrito de Majes es de 43230.

Para hallar el número de personas que llegan diariamente a Majes se visitó las diferentes empresas de transportes que existen actualmente y se concluyó que llegan a Majes un aproximado de 3818 personas diarias de diferentes lugares como, Arequipa, La joya, Santa Rita, Camaná, entre otros.

3.4.2.2. Muestra

Para determinar la muestra se ha utilizado la formula estadística siguiente:

$$N = \frac{z^2 pq N}{e^2(N-1) + z^2 pq}$$

Dónde:

z = Es el área bajo la curva normal, expresada con puntuaciones en unidades de desviación estándar. Hace referencia a la confianza o certeza de la estimación. El estudio tendrá un 95% de confianza para los resultados obtenidos siendo el valor empleado para z igual a 1.96.

p = Probabilidad de ocurrencia de bajo la curva normal.

q = Se define como 1 - p.

e = Es el error máximo que vamos a aceptar en las estimaciones de resultados. El error aceptado en el estudio es de 5%

N = Es el tamaño de la población a considerar. Universo de 513525

n = El tamaño óptimo de la muestra. 384 Personas.

Reemplazando:

$$n = \frac{(1.96^2)(0.50)(0.50)(513525)}{(0.50)^2(513525-1) + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

n=384

3.5. Estrategias de recolección de datos

3.5.1. Instrumento

El instrumento para la recolección de datos será mediante encuestas, observación directa y entrevistas.

3.5.2. Validación del instrumento

La encuesta que se utilizara para la recolección de datos pasara por diferentes pasos para poder validarla, teniendo en cuenta la información que necesitamos para el presente estudio formularemos las preguntas que se adecuen mejor para poder obtenerla.

Al realizar las primeras encuestas a un reducido grupo de personas evaluaremos si se necesita realizar modificaciones a las encuestas para que la encuesta sea coherente y de fácil entendimiento.

3.5.3. Criterios o estrategias para el manejo de resultados

a. A nivel de sistematización

Para la recolección de datos se trabajara con el programa de Excel ya que este programa nos ayuda con la codificación de los datos obtenidos que se realizó con la recolección, se hará un vaciado de datos en el programa, para luego poder interpretarlos.

b. A nivel de estudio de datos

Se elaboraran tablas estadísticas con el fin de analizar los resultados obtenidos con pruebas descriptivas, con porcentajes para un mejor entendimiento.

3.6. Medios y recursos

3.6.1. Recursos humanos

Investigadora:

Los recursos para la recolección de datos serán cubiertos íntegramente por el graduado quien es la señorita Rosa Angela Raa Chuquicondor.

3.6.2. Recursos materiales

Los materiales que se utilizarán a lo largo de la investigación serán:

- Computadora.
- Impresora.
- Materiales de escritorio lapiceros, borrador, lápices, corrector, entre otros.
- Fichas para encuestas.
- USB.
- Papel bond.
- Cuaderno de apuntes.

3.6.3. Financieros

El total de los requerimientos financieros fue cubierto por la autora.

CAPITULO 4

RESULTADOS DE LA INVETIGACION

4. Estudio de Pre factibilidad

4.1. Estudio de mercado

4.1.1. Análisis de la demanda

4.1.1.1. Delimitación de la demanda

Para delimitar la demanda nos enfocamos en diferentes aspectos, el primero en personas de 18 años a 65 años, ambos sexos, en la población de Majes escogidos aleatoriamente y a las personas que llegan diariamente; cabe resaltar que al distrito de Majes llegan diariamente 3818 personas.

Se delimito de esta manera la demanda ya que en los últimos años se ve el crecimiento poblacional en el distrito de personas que llegan a este distrito por diferentes motivos donde el principal es por negocios, ya que el distrito de majes no es un sitio turístico o recreacional.

El distrito de Majes es uno de los veinte distritos que conforma la provincia de Caylloma en el Departamento de Arequipa. Limita por el noreste con el distrito de Lluta; por el sureste con los distritos de Santa Isabel de Siguan y San Juan de Siguan; por el sur con los distritos de Quilca y Samuel Pastor; por el noroeste, con el Distrito de Nicolás de Piérola de la provincia de Camaná y los distritos de Uraca y Huancarqui de la provincia de Castilla. Su capital es El Pedregal, con una superficie de 1625.8 km², con una altitud media de 1410 msnm.

4.1.1.2. Comportamiento de la demanda

Los siguientes resultados se obtuvieron de acuerdo con las preguntas que se formularon a diferentes personas que son del lugar y personas que llegaban por un corto tiempo. Se obtuvieron los siguientes resultados:

a. Género

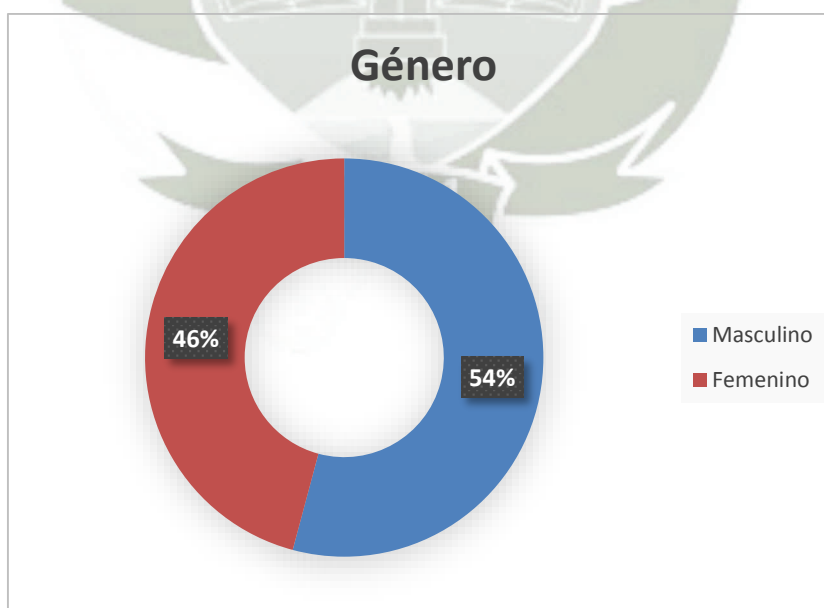
En el siguiente cuadro se observa que existe una mayor población del sexo masculino encuestado.

TABLA 3: Género

	Frecuencia	Porcentaje %
Masculino	208	54%
Femenino	176	46%
Total	384	100%

Nota: La información se obtuvo con la encuesta que se aplicó.

Ilustración 1: Género



Nota: Ilustración en porcentaje de la cantidad de personas de género masculino y femenino.

b. Profesión

Según los datos obtenidos con la encuesta realizada se ve que existe un mayor porcentaje de personas que ocupan hospedajes en Majes u otro lugar con la ocupación de administrador de una empresa o de su propio negocio esto quiere decir que trabajan independientemente, con un 22% del total.

Esto refleja que hay personas que visitan el distrito de Majes que su principal motivo es por negocios, esto nos muestra que son personas económicamente activas y que tiene poder adquisitivo para poder contratar los servicios de hospedaje.

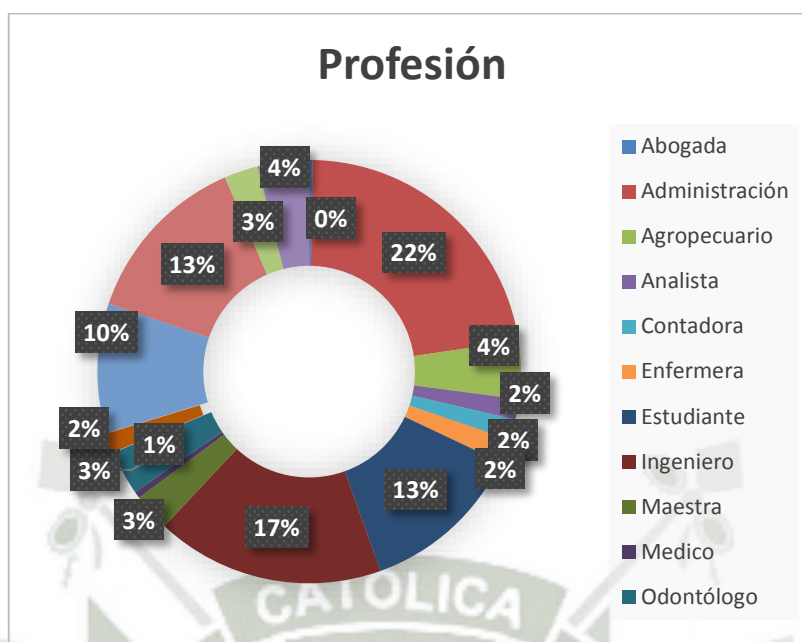
En segundo lugar tenemos a personas de profesión ingenieros que visitan Majes por cortas temporadas y no tienen un lugar donde quedarse esporádicamente y es por esto que tiene la necesidad de usar los servicios de hospedaje.

TABLA 4: Profesión

	Frecuencia	Porcentaje %
Abogada	1	0%
Administración	86	22%
Agropecuario	17	4%
Analista	6	2%
Contadora	6	2%
Enfermera	7	2%
Estudiante	48	13%
Ingeniero	67	17%
Maestra	11	3%
Medico	2	1%
Odontólogo	13	3%
PNP	6	2%
Profesor	38	10%
Técnico	51	13%
Vendedor	10	3%
Veterinario	15	4%
Total	384	100%

Nota: La información se obtuvo con la encuesta que se aplicó.

Ilustración 2: Profesión



Nota: En la encuesta no se colocó alternativas para las profesiones, ya que solo era una referencia.

c. Estado civil

De acuerdo a las encuestas realizadas se ve que existe una mayor proporción que visita el distrito de Majes en un estado civil de soltero un 50% lo que permite considerar a esta población como objetivo para el presente proyecto.

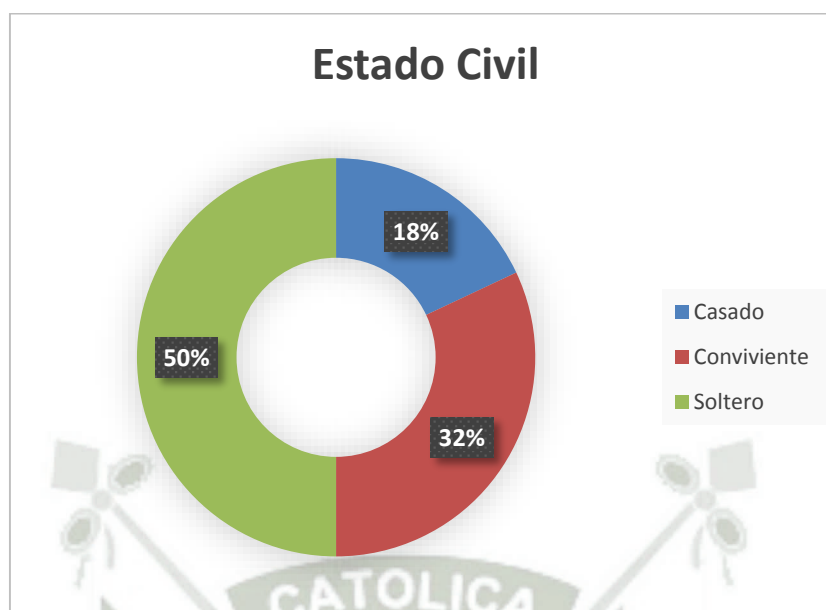
Es por este motivo que se podría concluir que las habitaciones simples son las más solicitadas ya que las personas se hospedarían solas, cabe resaltar que un 32% y 18% que viene a ser el 50 % son personas que tienen pareja y se podría presumir que se hospeden con su pareja o familia. También es una cifra importante.

TABLA 5: Estado civil

	Frecuencia	Porcentaje %
Casado	71	18%
Conviviente	121	32%
Soltero	192	50%
Total	384	100%

Nota: La información se obtuvo con la encuesta que se aplicó.

Ilustración 3: Estado civil



Nota: Descripción del estado civil en porcentaje

d. Asistencia

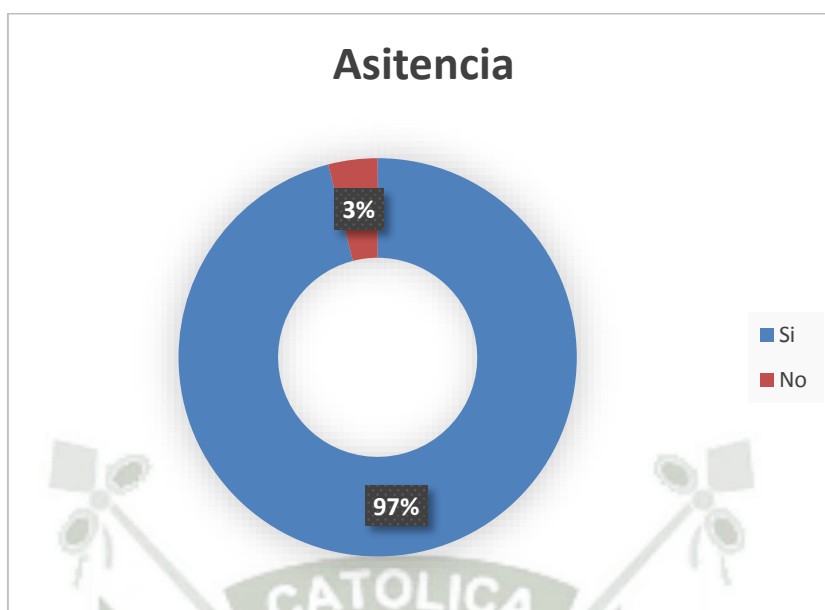
En el siguiente cuadro se busca ver el porcentaje de personas que alguna vez han asistido a un hospedaje, con esto nos ayudara a determinar nuestra demanda. También con las personas que si hayan asistido nos ayudara en las siguientes preguntas ver cuáles son las deficiencias de la competencia y el nivel de satisfacción referente a los hostales de la competencia de cuerdo al punto de vista de las personas encuestadas.

TABLA 6: Asistencia

	Frecuencia	Porcentaje %
Si	371	97%
No	13	3%
Total	384	100%

Nota: La información se obtuvo con la encuesta que se aplicó.

Ilustración 4: Asistencia



Nota: Descripción de personas que alguna vez visitaron un hospedaje

e. Sensibilidad de cambio

Esta tabla de sensibilidad es importante para la presente investigación, ya que determina el porcentaje que una persona está dispuesta en cambiar del hospedaje del cual se asiste.

En la actualidad el sector hotelero crece rápidamente en todo el país, ya sea por turismo local y extranjero, negocios u otros; es por ellos que la mayoría de los hospedajes se preocupa en brindar un mejor servicios para que sus clientes vuelvan a contratar a estos o hagan una buena publicidad.

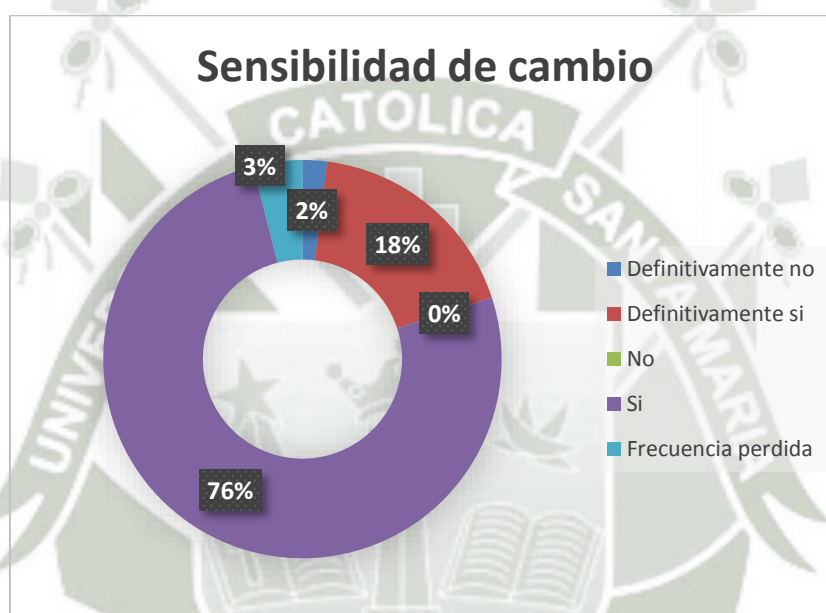
Lo que un huésped busca en un hospedaje principalmente es seguridad, comodidad y amabilidad, cosas que todos los hospedajes no ofrecen a sus clientes y esto hace que no tengan clientes fidelizados, como en el cuadro se muestra existe un porcentaje que hay clientes que están dispuestos a cambiar de hospedaje porque tienen un descontento.

TABLA 7: Sensibilidad de cambio

	Frecuencia	Porcentaje %
Definitivamente no	7	2%
Definitivamente si	71	18%
No	1	0%
Si	292	76%
Frecuencia perdida	13	3%
Total	384	100%

Nota: La información se obtuvo con la encuesta que se aplicó.

Ilustración 5: Sensibilidad de cambio



Nota: Se muestra en porcentaje las personas que estarían dispuestas a cambiar de hospedaje.

f. Calidad de Atención

En el siguiente gráfico que se presenta, se observa si la calidad de atención que recibió la persona que contrato los servicios en algún hospedaje de Majes u otro lugar fue de su agrado, según las encuestas realizadas las personas respondieron que fue buena un 71%, un 11% que no fue de su agrado y solo un 12% respondió que definitivamente si, fue de su agrado la estadía que tuvo en el hospedaje; esto nos lleva a concluir que existe un déficit en la atención en los hospedaje ya que la población que usa estos servicios no está

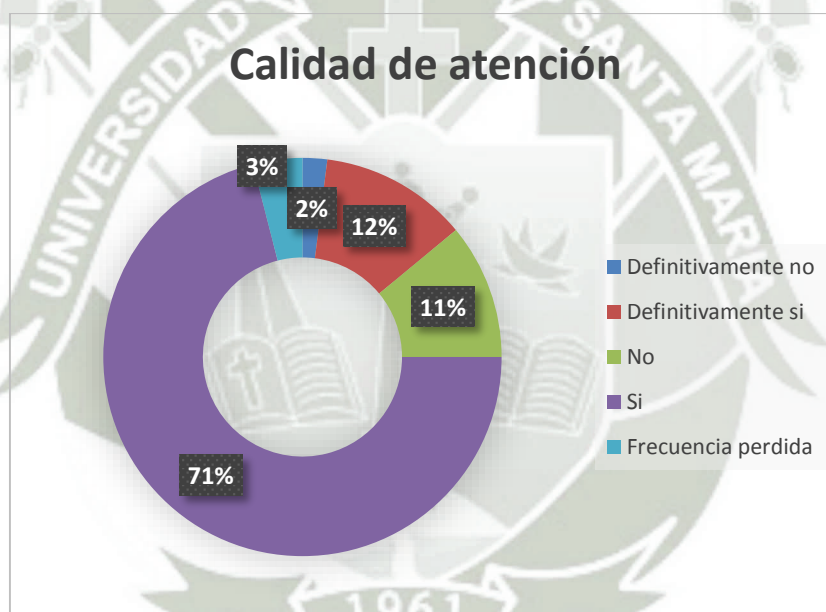
completamente satisfecha con la calidad de atención que se les brinda. Es por tal caso poner una mayor atención en este punto al momento de instalar el hostel.

TABLA 8: Calidad de atención

	Frecuencia	Porcentaje %
Definitivamente no	8	2%
Definitivamente si	46	12%
No	44	11%
Si	273	71%
Frecuencia perdida	13	3%
Total	384	100%

Nota: La información se obtuvo con la encuesta que se aplicó.

Ilustración 6: Calidad de atención



Nota: Se muestra que tan conforme esta la persona con la atención que recibió.

g. Tiempo de estadía

En la tabla que se presenta a continuación, se puede observar la cantidad de noches aproximadamente que requieren el servicio de hospedaje, un 46% de las personas encuestadas se hospedan por dos noches y un 45% por solo una noche.

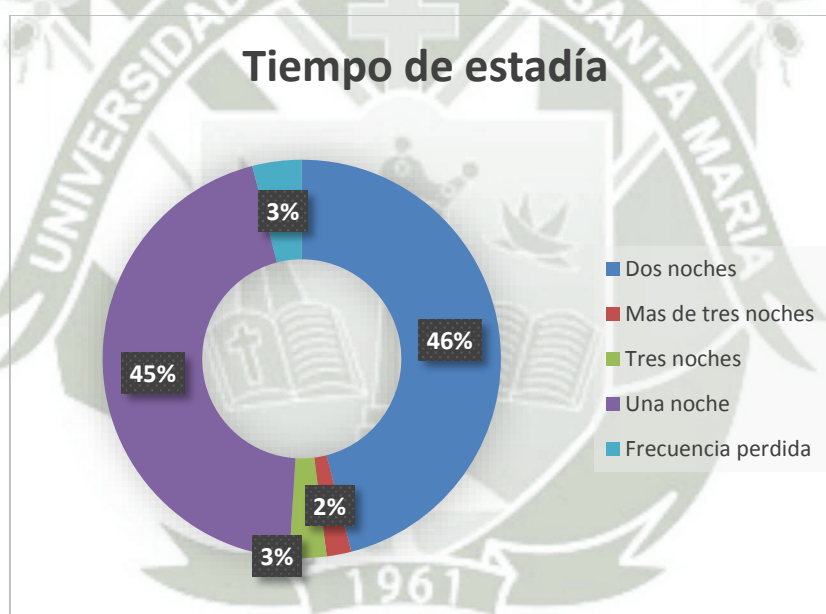
Esta información nos ayuda a concluir que las personas llegan por un corto periodo de tiempo.

TABLA 9: Tiempo de estadía

	Frecuencia	Porcentaje %
Dos noches	178	46%
Más de tres noches	9	2%
Tres noches	10	3%
Una noche	174	45%
Frecuencia perdida	13	3%
Total	384	100%

Nota: La información se obtuvo con la encuesta que se aplicó.

Ilustración 7: Tiempo de estadía



Nota: Descripción del tiempo de estadía de las personas que usan el servicio de hospedaje.

h. Habitación más Solicitada

Esta pregunta es importante porque nos dará un mejor panorama de las necesidades de las personas que contratan el servicio de hospedaje, en el siguiente cuadro nos permite ver el tipo de habitaciones que los huéspedes requieren, como se puede apreciar en la tabla las

personas requieren una habitación simple un 54% que es un porcentaje alto y se observa que es más de la mitad de los encuestados; como se vio en la tabla de estado civil, el mayor porcentaje de personas que usan el servicio de hospedaje son solteras. Es decir que la mayoría de clientes que llegaran al hostel serán de un estado civil soltero y por ende requerirán una habitación simple.

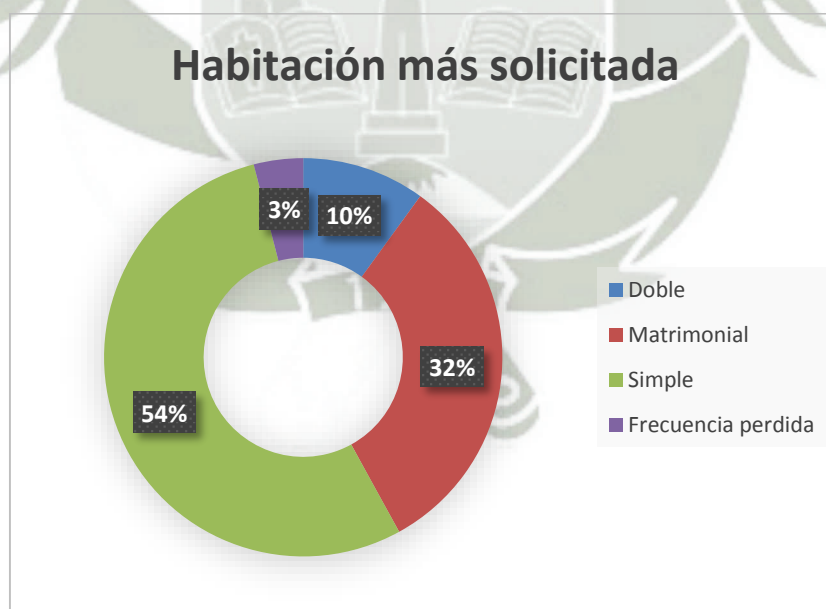
Sin restar importancia a las habitaciones matrimoniales que tienen un 33% de preferencia y los huéspedes requerirán estas.

TABLA 10: Habitación más solicitada

	Frecuencia	Porcentaje %
Doble	39	10%
Matrimonial	125	32%
Simple	207	54%
Frecuencia perdida	13	3%
Total	384	100%

Nota: La información se obtuvo con la encuesta que se aplicó.

Ilustración 8: Habitación más solicitada



Nota: Descripción de la habitación más solicitada por los huéspedes.

i. Servicios adicionales

En el siguiente cuadro podemos ver cuál es el servicio básico para los huéspedes y con el que debería contar el hostel si se concluye que es viable el proyecto, según los encuestados un 76% dijo que el servicio básico es que la habitación cuente con baño privado y agua caliente y en segundo lugar no arroja un 14% de preferencia que cuente con wi-fi y cable.

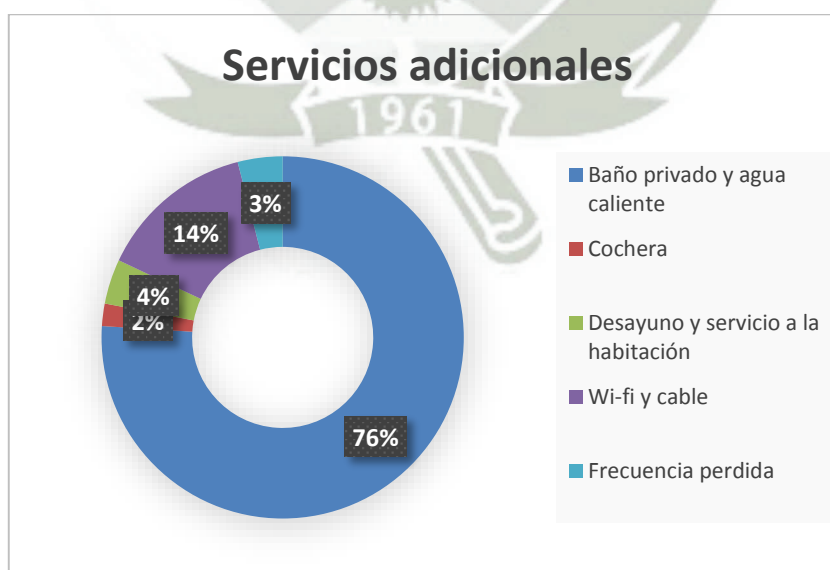
Este resultado es importante ya que nos demuestra los servicios básicos con los que debe contar todas las habitaciones del nuevo hostel.

TABLA 11: Servicios adicionales

	Frecuencia	Porcentaje %
Baño privado y agua caliente	293	76%
Cochera	8	2%
Desayuno y servicio a la habitación	17	4%
Wi-fi y cable	53	14%
Frecuencia perdida	13	3%
Total	384	100%

Nota: La información se obtuvo con la encuesta que se aplicó.

Ilustración 9: Servicios adicionales



Nota: Servicios adicionales que desearían que tengan los hospedajes.

j. Precio

Como parte de esta investigación se consideró importante saber el precio que estarían dispuestos a pagar por una habitación simple, se les detallo los servicios con los que contaría (baño privado, wi-fi y cable) en el distrito de majes

La respuesta fue que un 43% estarían dispuestos a pagar 35 soles por una habitación con esas características para una persona sola y en segundo lugar tenemos a un 27% que estarían dispuestos a pagar por la habitación 30 soles.

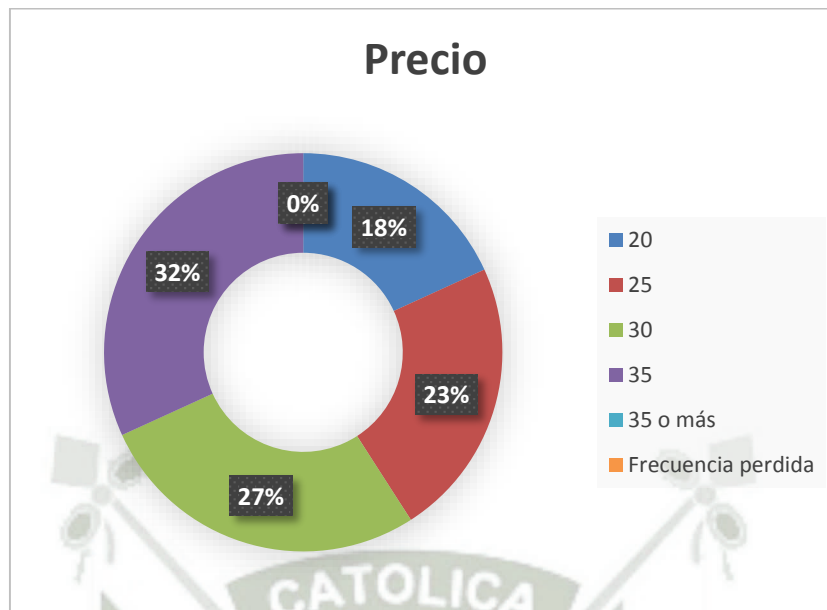
Estos resultados nos orientan a poner el precio que las personas estarían dispuestas a pagar por la habitación con los servicios de baño privado, agua caliente, wi-fi y cable, el precio escogido seria de 35 soles por una habitación simple para una persona sola.

TABLA 12: Precio

	Frecuencia	Porcentaje %
25	51	13%
30	102	27%
35	168	44%
35 o más	45	12%
Frecuencia perdida	13	3%
Total	384	100%

Nota: La información se obtuvo con la encuesta que se aplicó.

Ilustración 10: Precio



Nota: Descripción de la preferencia de precios que los consumidores estarían dispuestos a pagar.

k. Atributos de elección

En la tabla que se presenta a continuación veremos cuál es el principal motivo por el cual las personas escogen un hospedaje, esto nos permitirá escoger al local más adecuado de acuerdo a las preferencias de las personas, como se ve en el cuadro un mayor porcentaje de personas escogieron que la ubicación es el motivo principal al momento de escoger un hospedaje.

En segundo lugar se encuentra la atención que reciben los huéspedes, la calidad de atención que se brinda es un factor importante que se debe considerar para colocar cualquier clase de negocio ya que la principal fuente de publicidad son los consumidores que gracias a sus recomendaciones podemos llegar a más público que aún no nos conoce.

Entonces al ver las preferencias a los consumidores al escoger un hospedaje, el local que se escoja debe estar ubicado en una avenida principal de fácil acceso, contratar y capacitar al personal idóneo que pueda hacer sentir a los consumidores satisfechos en las

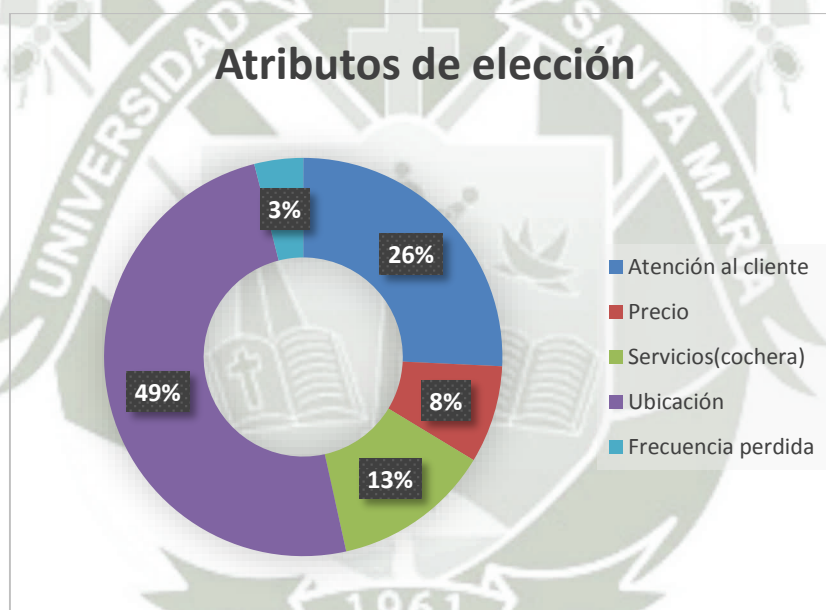
instalaciones durante su estadía y para no dejar de lado a la tercera preferencia que el local tenga cochera.

TABLA 13: Atributos de elección

	Frecuencia	Porcentaje %
Atención al cliente	100	26%
Precio	29	8%
Servicios(cochera)	48	13%
Ubicación	194	51%
Frecuencia perdida	13	3%
Total	384	100%

Nota: La información se obtuvo con la encuesta que se aplicó.

Ilustración 11: Atributos de elección



Nota: Preferencias de los huéspedes a la hora de escoger un hospedaje.

I.Promociones

En la siguiente tabla se puso cuatro opciones de promociones: acumulación de puntos, descuentos, sorteo, regalos (llaveros, lapiceros); en la encuesta se dio las opciones a nuestros encuestados para que según su punto de vista nos respondan cual serian la más

promociones más atractivas, según la encuesta un 71% respondió que la promoción mas atractiva es tener un descuento en su siguiente visita.

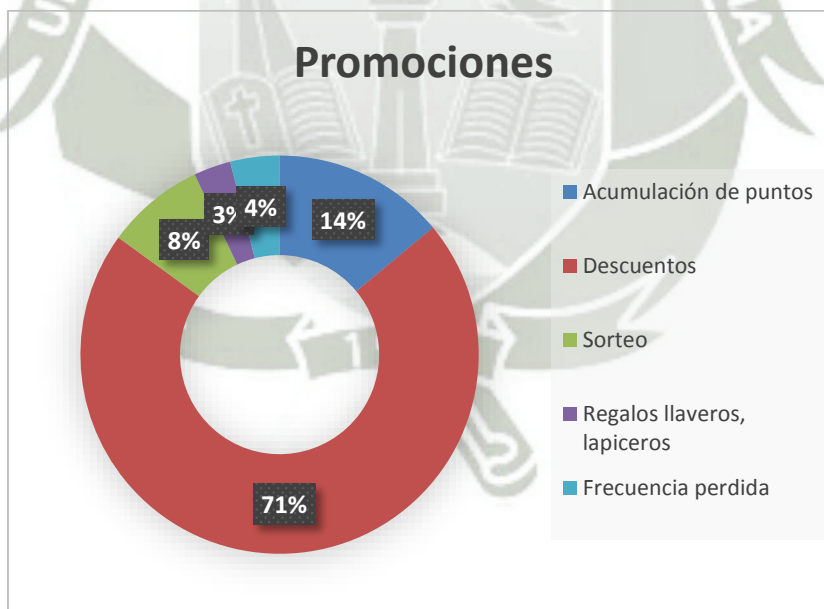
Las personas al escoger un descuento en su próxima visita nos dan a entender que frecuentemente contratan los servicios de hospedaje.

TABLA 14: Promociones

	Frecuencia	Porcentaje %
Acumulación de puntos	53	14%
Descuentos	276	72%
Sorteo	32	8%
Regalos llaveros, lapiceros	10	3%
Frecuencia perdida	13	2%
Total	384	100%

Nota: La información se obtuvo con la encuesta que se aplicó.

Ilustración 12: Promociones



Nota: Descripción de las preferencias en relación a las promociones.

m. Mejoras a realizar

Se preguntó a las personas encuestadas que mejoras les gustaría que tengan los hospedajes en Majes u otro lugar donde se hospedaron, según la experiencia que tuvieron, según las encuestas las personas respondieron que les gustaría que mejoren en la calidad de atención al cliente con un 34%, esto nos demuestra que existe un porcentaje de personas que no están completamente satisfechos con la atención que recibieron en el tiempo de su estadía en el hospedaje, en segundo lugar las personas respondieron que les gustaría que mejoren en servicios complementarios.

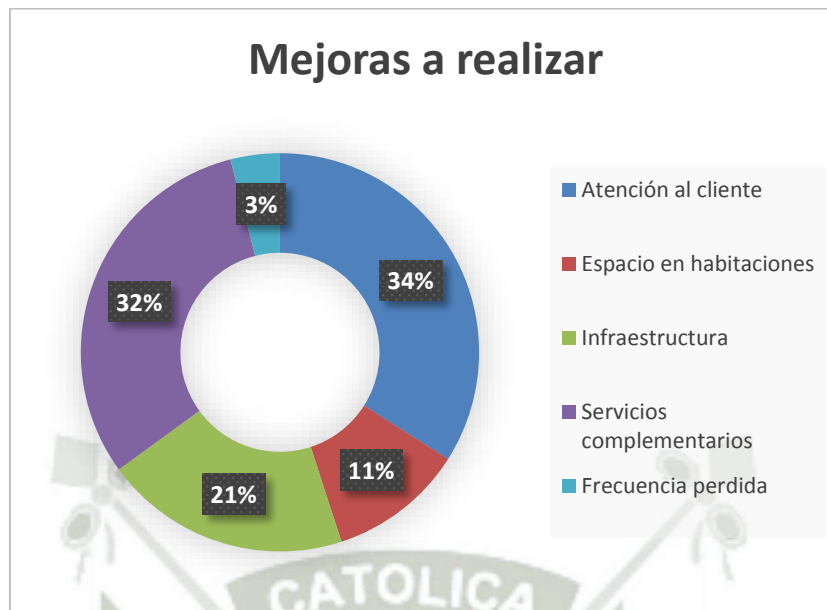
Actualmente en el distrito de Majes no hay una buena calidad de atención por lo general en todos los hospedajes, al instalar un nuevo hostel nos preocuparemos en resaltar este punto ya que la competencia es en lo que más falla.

TABLA 15: Mejoras a realizar

	Frecuencia	Porcentaje %
Atención al cliente	130	34%
Espacio en habitaciones	41	11%
Infraestructura	79	21%
Servicios complementarios	121	32%
Frecuencia perdida	13	3%
Total	384	100%

Nota: La información se obtuvo con la encuesta que se aplicó.

Ilustración 13: Mejoras a realizar



Nota: Descripción de las mejoras que les gustaría a los huéspedes que haya en los hospedajes en general.

n. Medios de información

En la tabla que se presenta a continuación nos muestra que la principal manera de escoger un hostel es mediante recomendaciones de amigos y familiares con un 33% y la segunda manera es por internet con un 30%, mientras que los folletos y volantes son los recomendados según las respuestas de las encuestas ya que es la respuesta que tuvo menos aceptación en la población encuestada.

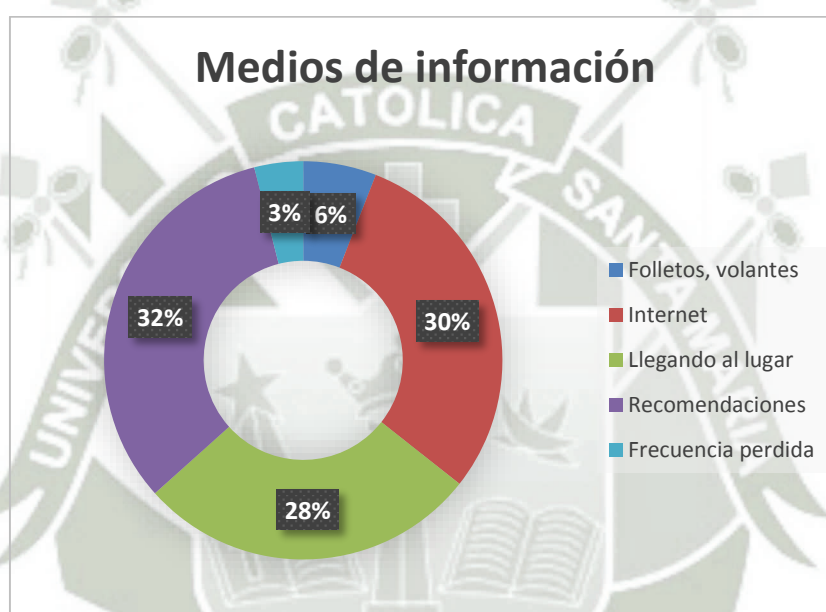
Esto nos permite ver que brindar un buen servicio a los huéspedes es muy importante ya que la principal publicidad es de boca a boca y recibiríamos más clientes por las recomendaciones de los clientes que visiten nuestro hospedaje. También estar presentes en las páginas de buscadores de hospedajes como booking, trip advisor y crear una página en Facebook para que nos puedan contactar.

TABLA 16: Medios de información

	Frecuencia	Porcentaje %
Folletos, volantes	22	6%
Internet	115	30%
Llegando al lugar	107	28%
Recomendaciones	127	33%
Frecuencia perdida	12	3%
Total	384	100%

Nota: La información se obtuvo con la encuesta que se aplicó.

Ilustración 14: Medios de información



Nota: Medios de información al momento de escoger y buscar un hospedaje.

4.1.1.3. Cuantificación de la demanda

Según el INEI para el año 2015 existe una población de 41071 habitantes en el distrito de Majes, a esta cantidad se añadió el número de viajeros diarios que llegan al distrito, ascendiendo estos a 481068 haciendo una suma total de nuestra demanda de 513525 habitantes del distrito de Majes considerando todos los niveles socioeconómicos, con dicha información se obtuvo que el 97% de la población asiste a un Hospedaje siendo un total de 502843 personas activas.

4.1.1.4. Proyección de demanda

Tomando como referencia la demanda histórica (2013 – 2017), los datos adquiridos en el instituto Nacional de Estadística e informática y la información de viajeros diarios que llegan al distrito de Majes, con las delimitaciones de demanda expuestas en el punto 3.1, permitieron proyectar la demanda en base al Método de Regresión Lineal el cual nos dio los siguientes resultados.

TABLA 17: Proyección de demanda

Año	Valor	Población
2013	1	503704
2014	2	513325
2015	3	522472
2016	4	531808
2017	5	541144
2018	6	550480
2019	7	559816
2020	8	569153
2021	9	578489
2022	10	587825

Nota: Los datos para proyectar la demanda fueron basados en fuente del INEI 2014, luego se proyectó para los demás años con el método de mínimos cuadrados.

4.1.2. Análisis de la oferta

4.1.2.1. Comportamiento de la oferta

Para el análisis de la oferta se utilizó observación directa y entrevistas, se realizó en la encuesta la pregunta de cuál es el hospedaje al cual asistió, para obtener información de cuáles son los hospedajes que son más visitados.

a. Hospedaje al que asistió

TABLA 18: Hospedaje al que asistió

	Frecuencia	Porcentaje
Ángeles	3	1%
Condor City	62	16%
Conquistador	6	2%
El paraíso	12	3%
Hostal la alameda	80	21%
Hotel plaza	85	22%
Hotel Riviera	56	15%
La posada	7	2%
Shutton	47	12%
No recuerda	12	3%
Frecuencia perdida	15	4%
Total	384	100%

Nota: Información obtenida por medio de la encuesta

Según la información obtenida nos dice que existe una preferencia por el Hotel plaza, Hostal la alameda y Condor city, que son los 3 primeros en la preferencia de los consumidores más adelante se detallara el servicio que ofrecen estos hospedajes para analizar nuestra competencia. Cabe resaltar que estos hospedajes son del distrito de Majes excluyendo a un 3% que no recuerda.

4.1.2.2. Análisis de los competidores

En la actualidad, en el distrito de Majes cuenta con un total de 84 hospedajes (2017) correctamente inscritos en registros públicos, para que el análisis sea en un nivel macro se estableció las zonas de concentración donde las personas acuden con Frecuencia. A

continuación se explica las características de alguno de ellos, así como los servicios que se ofrecen.

- Hotel plaza
 - Cantidad de habitaciones: 35
 - Precio habitación simple: S/. 35.00
 - Este hospedaje tiene más de 20 años ubicado en el centro de Majes es un hospedaje ya conocido en el lugar, es un hostel céntrico puntos que son a su favor, por el contrario al ser un hospedaje ya con varios años de servicio, no lo han modernizado ni remodelado, tiene deficiencia en el servicio que ofrece al público, falta publicidad y promociones.
- Hostal la alameda
 - Cantidad de habitaciones: 25
 - Precio habitación simple: S/. 30.00
 - Este hospedaje está ubicado al frente de establecimiento que se escogió para la instalación del nuevo hostel, tiene más de 10 años de antigüedad, es un hospedaje pequeño pero ubicado en un punto estratégico.
- Cándor city
 - Cantidad de habitaciones: 40
 - Precio promedio de las habitaciones: S/. 40.00
 - Cándor city es un hospedaje más tradicional en Majes ya que es uno de los primeros hospedajes en instalarse en este distrito, de acuerdo a la encuesta este es uno de los hospedajes más recurridos por las personas.

4.1.2.3. Cuantificación de la oferta

De acuerdo al último sondeo del INEI en 2017, se pudo obtener que son 84 los hospedajes registrados en el distrito de Majes. Convirtiéndose esta cantidad en nuestra oferta.

4.1.2.4. Proyección de oferta

La proyección de la oferta se obtuvo mediante el Método de Regresión lineal en base a datos históricos, cabe resaltar que la oferta obtenida son el número en promedio de personas que solicitaron una habitación por lo menos una vez en un año en cada uno de los hospedajes.

Según los censos del 2017 en el distrito de Majes existen 84 hospedajes establecidos cada uno con diferente cantidad de habitaciones. Para proyectar la oferta se consideró un número promedio de 10 personas que ocupen diariamente en cada uno de los hostales haciendo un total de 840 personas diarias que solicitan el servicio de hospedaje en el distrito de Majes.

TABLA 19: Proyección de oferta

Año	Valor	Población
2013	-2	278924
2014	-1	284616
2015	0	290425
2016	1	296352
2017	2	302400
2018	3	308150
2019	4	314019
2020	5	319888
2021	6	325756
2022	7	331625

Nota: Los datos para la proyección de oferta fueron basados en fuente de INEI 2017(Censos), se consideró que por lo menos son 10 personas ocupen diariamente en los 84 hostales que existen actualmente en el distrito de majes.

4.1.2.5. Demanda insatisfecha

En el siguiente cuadro se puede observar que existe una demanda insatisfecha, debido a que la demanda es superior a la oferta y a esto le sumamos el incremento de comerciantes, vendedores, negocios y el crecimiento en el sector minero que existe.

En el distrito de majes existe una creciente oferta de hospedajes, para el año 2018 se proyectó una oferta total de 308150 personas, se tomó como referencia que en cada establecimiento de hospedaje exista un promedio de 10 personas diarias que ocupen el local sin tomar en cuenta la cantidad de habitaciones, según observación directa todos los establecimientos tiene más de 10 habitaciones. Existe una demanda insatisfecha de 242330 se aplicara esta cantidad para establecer la porción que será cubierta por el presente proyecto.

TABLA 20: Demanda insatisfecha

Año	1	2	3	4	5
Demanda	550480	559816	569153	578489	587825
Oferta	308150	314019	319888	325756	331625
Demanda Insatisfecha	242330	245798	249265	252733	256200

Nota: La demanda insatisfecha es el resultado de la diferencia de la demanda con la oferta

a. Mercado Disponible

“El mercado disponible desde un punto de vista del marketing nos dice que está conformado por todos los consumidores actuales y potenciales”. Para determinar nuestro mercado disponible utilizamos una pregunta de nuestro cuestionario que nos revelara cual es el porcentaje de población que podemos tener. La pregunta es ¿Asistió ustedes a un hospedaje?⁵; obteniendo un total de 97.20% que respondieron “Sí”.

Para hallar el mercado disponible se multiplico la demanda insatisfecha por el porcentaje de personas que respondieron “Sí” a la pregunta que se formuló en la encuesta, la pregunta se refiere a un hospedaje en general, no se refiere a un hospedaje que sea hostel y que este ubicado en Majes.

TABLA 21: Mercado Disponible

Año	2018	2019	2020	2021	2022
Mercado Disponibles	235545	238915	242286	245656	249026

Nota: Se determinó a partir de la pregunta si asistió a algún hospedaje.

⁵ Apéndice 1 : Cuestionario

b. Mercado Efectivo

El mercado efectivo está formado por el mercado disponible y el conjunto de personas que tengan la necesidad de contratar el servicio en nuestro caso el hostel. Cada vez tenemos un segmento más específico con las características más definidas.

Para poder definir nuestro mercado efectivo también se tomó como fuente de información la encuesta con la pregunta que si estarían dispuesto a cambiar de hospedaje respondiendo un 94% que si estarían dispuestos. Nos indica que existe una probabilidad alta de que las personas vayan al hostel.

TABLA 22: Mercado Efectivo

Año	2018	2019	2020	2021	2022
Mercado Efectivo	221412	224580	227749	230917	234085

Nota: Se determinó a partir de la pregunta si estarían dispuestos a cambiar de hospedaje.

c. Mercado Meta

El mercado meta es el sector de la población al que está dirigido el servicio, integra todas las características de los mercados anteriores con las necesidades específicas, las cuales podremos y esperamos atender. Es el porcentaje que el negocio desearía alcanzar con nuestra diferenciación de servicio. La demanda creciente se pretende cubrir un 2.5% del mercado efectivo por fines metodológicos.

TABLA 23: Mercado Meta

Año	2018	2019	2020	2021	2022
Mercado Meta	5535	5615	5694	5773	5852

Nota: Los datos fueron obtenidos de acuerdo a la capacidad de 2.5% del mercado efectivo.

4.1.3. Análisis de proveedores

Comercial “ESPETIA”

- Nombre: Comercial “ESTIA”
- Dirección: Calle teniente palacios N° 106-A, Miraflores-Arequipa
- Descripción: Esta tienda nos ofrece camas de plaza y media y dos plazas, camarotes de metal, comedores en pintura tacto cuero, colchones de espuma y resortes de todas las marcas, camas y camarotes de madera; comercial Espetia será nuestro proveedor de colchones de plaza y media y dos plazas, también para las camas tarima de plaza y media y dos plazas donde los gastos de envío y la instalación de los muebles serán cubiertos por la empresa.

Muebles Sur

- Nombre: Muebles Sur
- Dirección: Calle teniente Palacios N°93-A, Miraflores-Arequipa
- Descripción: Muebles Sur ofrece roperos, vitrina, cómodas, estantes, juegos de sala, comedor, dormitorio. Esta empresa será nuestro proveedor de veladores, lo que la empresa nos ofrece es cubrir los gastos de envío.

4.1.4. Estrategias de comercialización

4.1.4.1. Estrategias de posicionamiento

Este hostel se posicionara como una opción para aquellas personas que tengan la necesidad y que deseen hospedarse en Majes, por diferentes motivos. Se ofrecerá a los huéspedes que escojan este hostel una atención amable, preocupándose por cumplir con sus requerimientos, ya que lo que se quiere es tener una diferenciación con la competencia

por la calidad de atención que se brinde, acompañado por la limpieza, calidad, orden y seguridad de las instalaciones que harán uso nuestros clientes.

De acuerdo a encuesta la pregunta ¿Qué mejoras le gustaría en los hospedajes? Nos arrojó que los clientes están insatisfechos con la calidad de atención es por esto que nuestra estrategia de posicionamiento será capacitar a nuestro personal de recepción sobre todo ya que tendrá un trato directo con los huéspedes.

4.1.4.2. Mix de marketing

Analizaremos el plan de marketing que tendrá este nuevo negocio con las cuatro “P” con el fin de esquematizar un plan de marketing.

a. Producto

Desarrollando el concepto de nuestro servicio nuestro producto básico es de servicio de alojamiento, ofreciendo ambientes limpios y acogedores, preocupándonos por la calidad en atención y comodidad de nuestros clientes.

b. Precio

Para la fijación de precios se tomara la estrategia de igualar los precios actuales de la competencia, nuestra factor de diferenciación será nuestra calidad de atención que ofreceremos a nuestros clientes, así evitando a entrar a una guerra de precios.

Para establecer nuestros precios se tomó en cuenta los costos directos e indirectos y la mano de obra para la producción del servicio.⁶

TABLA 24: Precio

HABITACION	PRECIO SOLES
SIMPLE	35
MATRIMONIAL	50
DOBLE	60

Nota: Fijación de precio por un día 24hrs

c. Plaza

La plaza o punto de venta es el proceso mediante el cual el servicio o producto llega a los clientes, para el presente proyecto es un servicio el cual tendrá 3 fuentes de distribución la primera en el local donde estará ubicado el hostel, segunda la página de Facebook que será creada y el tercero el teléfono fijo que se podrá brindar información a los futuros clientes, estará en la recepción del hostel.

Para la elección de la ubicación del hostel se realizó un análisis microeconómico analizando diferentes factores como cercanía de proveedores, fácil acceso para los clientes⁷. La dirección es avenida principal norte manzana C lote 3, una ubicación céntrica.

⁶ Apéndice 1-6 : Determinación de precios

⁷ Tabla 29: Escala de ponderación de factores de localización

En cuanto a la página de Facebook, será una opción virtual que tendrán los clientes para poder recibir información acerca del hospedaje, promociones, precios. En esta red social interactúan muchas personas y empresas y es una muy buena opción de acercarnos a más consumidores ya que estos pueden recomendar nuestros servicios calificándonos de acuerdo a sus experiencias. También el medio de comunicación de vía telefónica se eligió ya que se podrá tener una comunicación directa con las personas que requieran tener el servicio, contactándolo y brindándoles información antes de concretarse una posible venta, esto genera confianza para las personas.

d. Promoción

La promoción para una empresa que es nueva y está saliendo al mercado compitiendo con empresas que ya tienen un posicionamiento definido ya sea por el tiempo de servicio, calidad de atención, nivel de satisfacción de los clientes; es difícil posicionarse es por esto que es importante analizar los mejores medios de comunicación para poder entrar en un mercado.

Según la encuesta realizada los medios de comunicación preferidos por las personas es el de recomendación e internet a partir de este punto se trabajara en estos medios para potenciarlos y tengan llegada a nuestros clientes.

4.2. Estudio técnico – operativo

4.2.1. Tamaño del proyecto

4.2.1.1. Relación tamaño – demanda

El tamaño del hostel nos muestra cómo será distribuida el área con el que se cuenta; se tendrá 3 sectores en que no enfocaremos: el primero sector alojamiento el cual existen normas legales por la cual nos debemos regir DECRETO SUPREMO N° 001-2015-

MINCETUR⁸; donde de acuerdo a la norma técnica nos clasificaremos y nos categorizaremos como Hostal de dos estrellas, ya que se pretende cumplir con los requisitos mínimos que se pide; el segundo sector es el de recepción donde se dará la bienvenida a los huéspedes y por último el de áreas abiertas que será la cochera del establecimiento y áreas comunes para el personal.

4.2.1.2. Relación tamaño – financiamiento

El monto total de la Inversión fija tangible es de 28,210.00 soles, de los cuales, el financiamiento externo será el 100%, equivalente a 28,210 soles. El monto total de la inversión fija intangible es de 4,965.00 soles y el 100% corresponde a financiamiento externo. El capital de trabajo es de 16,780.68 soles y el 100% corresponde al aporte propio. El monto de la inversión total es de 49,955.68 soles, siendo el aporte propio equivalente a 16,780.68 soles y el financiamiento externo a 33,175.00 soles.

4.2.2. Sector hotelero

El sector alojamiento se ha definido según la infraestructura con la que se cuenta, donde la cantidad de habitaciones tiene que ser mayor a 6 ya que según la norma técnica no indica que para pertenecer al sector hospedaje es la cantidad de habitaciones que se necesitan.

El hostal contara con 25 habitaciones distribuidas de la siguiente manera:

⁸ Anexo 1: Categorización de hospedajes.

En la primer planta se cuenta con 5 habitaciones siendo 5 simples, en la segunda planta se cuenta con 10 siendo 4 matrimoniales, 5 simples y 1 doble; en la tercer planta contara con 10 habitaciones siendo 2 simples, 5 matrimoniales y 3 dobles, de tal forma se tiene una capacidad máxima de 31 huéspedes (Ver tabla N° 25, 26 y 27).

TABLA 25: Distribución de habitaciones

PRIMER PLANTA			
Tipo de habitación	Cantidad de habitaciones	m2 por Habitación	Total m2
Simple	5	12	24
Matrimonial	0	12	0
Doble	0	14	0
TOTAL	5	38	24

Nota: Descripción de habitaciones por metros cuadrados en primera planta.

TABLA 26: Sector alojamiento

SEGUNDA PLANTA			
Tipo de habitación	Cantidad de habitaciones	m2 por Habitación	Total m2
Simple	5	12	48
Matrimonial	4	12	48
Doble	1	14	14
TOTAL	10	38	110

Notas: Descripción de habitaciones por metros cuadrados en segunda planta.

TABLA 27: Sector alojamiento

TERCER PLANTA			
Tipo de habitación	Cantidad de habitaciones	m2 por Habitación	Total m2
Simple	2	12	24
Matrimonial	5	12	60
Doble	3	14	42
TOTAL	10	38	126

Notas: Descripción de habitaciones por metros cuadrados en tercera planta.

Para definir las áreas de las habitaciones se realizó la consulta con un arquitecto, para que las habitaciones se adecuen según los parámetros de las áreas exigidas en la norma técnica por el MINCETUR⁹.

Los servicios con lo que contara cada habitación son: baño privado, agua caliente, cable, internet (señal wi-fi), adicionalmente en la tercer planta tendrán roperos empotrados en las matrimoniales y contarán con mesas de noche.

- Sector recepción

Este sector estará ubicado en el primer nivel contando con un aproximado de 19 m2. Sera un lugar atractivo y acogedor para nuestros clientes ya que es la primera impresión al entrar al hostel. El personal que se atenderá será capacitado para brindar información a nuestros huéspedes y que se sienta muy bien atendidos.

⁹ Fuente: Anexo 1

Será un área que contara con el mobiliario adecuado como sillones, mesa de centro, televisor y teléfono para que los huéspedes puedan descansar, leer algún periódico o revista, mirar televisión mientras esperan a ser atendidos u otro.

También en el sector de recepción se contara con el botiquín de primeros auxilios reglamentado, y extintores para poder brindar la seguridad necesaria para que nuestros huéspedes se sientan seguros durante su estadía en el hostel.

- Sector de áreas abiertas y comunes

De acuerdo a la encuesta realizada se pudo observar que una de las necesidades de los demandantes es que en el hospedaje existe una zona para la movilidad propia esto quiere decir que requieren de cochera, es por esto que al escoger en la micro localización el local debería tener un espacio para el estacionamiento, en el local que se escogió cuenta con un espacio para 4 vehículos; así también para las áreas comunes para los colaboradores que son: lavandería y un baño de servicio.

TABLA 28: Sector áreas abiertas y comunes

ÁREAS	Nº DE ESPACIOS	Total m2
Estacionamiento	1	146.83
Lavandería	1	25.64
Baño de servicio	1	1.80

Notas: Áreas comunes y abiertas en metros cuadrados

- Lavandería

El cuarto de lavandería tendrá a la disposición una lavadora que estará instalada en el primer piso que será utilizada por el personal de limpieza cuando le toque su turno, existe un estante donde se puede guardar y almacenar de forma segura los utensilios de limpieza.

La persona encargada en el turno noche tendrá un espacio para que pueda descansar estará ubicado en la recepción.

4.2.3. Capacidad del proyecto

La capacidad para implementar el hostel en el distrito de Majes, está en relación con las habitaciones, muebles y equipo necesarios del hostel, y la demanda de la cantidad potencial de clientes que pueden ser atendidos al mismo tiempo.

La atención diaria estimada es de 15 personas, con esta cantidad se pretende establecer los ingresos diarios, así mismo, se considera que esta cantidad de personas es en promedio pero en su máxima capacidad se podrá atender a 25 personas diariamente ya que cuenta con 25 habitaciones entre simples, dobles y matrimoniales, y estos podrán variar de acuerdo a las horas de mayor concurrencia y atención al público en general.

4.2.4. Localización del proyecto

La localización del proyecto es un factor decisivo para el éxito o fracaso del mismo, esta decisión depende de ciertos factores que pueden favorecer o perjudicar la actividad económica de la empresa. Para elegir una ubicación que permita lograr cumplir los objetivos de la empresa se tomara en cuenta dos aspectos: el de Macro localización donde elegiremos la región o zona, y la micro localización donde hará referencia el lugar donde se instalara el hostel.

4.2.4.1. Macro localización

La macro localización nos ayuda para ubicar la zona donde se instalara la empresa, tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa determinando sus características físicas y socio-económicos; para el presente proyecto para escoger la macro

localización se escogió tres puntos donde: uno es en el distrito de Majes que es uno de los 20 distritos de la provincia de Caylloma que pertenece al departamento de Arequipa, Majes es una de las provincias con más crecimiento poblacional entre todas las demás provincias y debido al alto crecimiento poblacional que hay en la actualidad y que habrá en el futuro a los diferentes proyectos que existirán; la segunda opción es Santa Rita de Sigwas que es uno de los 29 distritos que conforman la provincia de Arequipa en el Departamento de Arequipa, donde será el proyecto Majes sigwas II; la tercera opción es el Distrito de San Juan de Sigwas que es uno de los 29 distritos que conforman la provincia de Arequipa en el departamento de Arequipa, se escoge la localidad de Tambillo ya que está localizado al pie de la carretera panamericana donde residen las autoridades del lugar.

Los criterios para realizar la macro localización y los pesos asignados a cada uno se detallan en la Tabla N° 29., se asignó puntuaciones de 0 a 10, donde 0 es la puntuación más baja y 10 la más alta y finalmente se hizo una ponderación que se muestra en la Tabla N° 30 para escoger el mejor distrito para el proyecto, según los resultados el distrito escogido es Majes.

TABLA 29: Criterios de macro localización

N° Criterio	Criterio	Peso
1	Alquileres	20%
2	Servicios básicos(agua, luz)	18%
3	Proveedores	15%
4	Accesibilidad y transporte	13%
5	Empleabilidad	10%
6	Mercado al que se desea atender	14%
7	Regulaciones legales	10%
Total		100%

Nota: Los factores que se consideraron son los que intervendrán de manera directa en la instalación y operación del hostel.

Se escogieron las siguientes variables porque:

Alquileres: La disponibilidad de locales con la infraestructura adecuada y el precio accesible es una de los principales factores a considerar.

Es importante ya que si no hay algún local disponible es imposible seguir con el proyecto.

Los servicios son básicos: Es importante para la funcionabilidad de la empresa.

Proveedores: Hace referencia a la cercanía de los proveedores con la empresa, ya que si no hay proveedores cerca será un costo extra el transporte y tiempo de llegada de los recursos que se necesitaran para el hostel.

La accesibilidad y el transporte: Es otro factor que se está considerando ya que es un proyecto para personas que no tienen residencia en el lugar y necesitan trasladarse para poder llegar y retornar.

La empleabilidad: Se consideró este criterio ya que se necesitara personal capacitado para que puedan atender con calidad a los huéspedes. Ya que se realizarían arreglos y se necesitara mano de obra disponible a un costo accesible.

El mercado al que se desea atender: Es a todas las personas que llegan y pernoctan por una o más noches, se debe tener en cuenta que se tendría que escoger un punto donde exista mayor crecimiento poblacional y comercial.

Regulaciones legales: Donde no exista muchas exigencias para poder instalar la empresa.

A continuación se ve la tabla donde evaluaremos las opciones para escoger la mejor zona:

TABLA 30: Macro localización del proyecto

EVALUACIÓN DE MACRO LOCALIZACIÓN								
Criterios	1	2	3	4	5	6	7	Puntaje
Peso	20%	18%	15%	13%	10%	14%	10%	100%
Majes	9	8	6	10	9	10	4	8.14
San Juan de Siguas	4	6	6	8	8	8	4	6.14
Santa Isabel de Siguas	5	7	4	5	6	7	4	5.49

Nota: La tabla nos muestra la diferenciación que hay de los 3 puntos escogidos.

Como se puede apreciar en el cuadro anterior la empresa será localizada en Majes, que fue la que obtuvo el puntaje más alto entre las demás opciones.

En la siguiente imagen se podrá apreciar Majes a nivel macro.

GRÁFICA 1: Macro localización.



Nota: Fuente de la imagen de google maps.

4.2.4.2. Micro localización

La micro localización nos ayuda a determinar la localización precisa y optima del establecimiento que será dentro del Distrito de Majes, para esto deben tener algunas características. Para el presente proyecto se cuenta con dos alternativas ubicados en la Avenida Principal Norte manzana C lote 3, el cual cuenta con 213 metro cuadrados, el

cual es una construcción adecuada para instalar un hostel y el segundo en el centro poblado la colina manzana B lote 18 en cual cuenta con 201 metros cuadrados, el cual también tiene una construcción idónea para la instalación de un hostel. Para escoger una de las dos zonas más óptimas para el establecimiento se hará una evaluación de micro localización que nos ayudara a escoger la zona más óptima para el proyecto que al igual que el cuadro anterior se dará una calificación de 0 a 10 donde 0 será la puntuación más baja y 10 la más alta.

TABLA 31: Escala de ponderación de factores de localización

Factores de locación	Coeficiente de puntuación	Avenida Principal Norte		La Colina	
		Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje
Accesibilidad	20%	10	2	8	1.6
Espacio para cochera	10%	8	0.8	5	0.5
Infraestructura	30%	7	2.1	3	0.9
Longitud del terreno	15%	8	1.2	8	1.2
Cercanía proveedores	25%	10	2.5	6	1.5
TOTAL	100%		8.6		5.7

Nota: Hacemos la ponderación de los factores para poder escoger el micro localización

El resultado de la ponderación nos arroja que tiene un puntaje más alto el local de Avenida Principal Norte ya que su es más céntrico y con unas mejores instalaciones para la instalación del hostel y una buena accesibilidad, el local de la Colina tiene bajo puntaje en la mayoría de los factores ya que es un lugar en crecimiento y no es tan céntrico como la Avenida Norte.

Accesibilidad: El acceso tiene que ser fácil ya sea para el personal y para los clientes que lleguen a las instalaciones, es por eso que se escogió la opción de Avenida Principal Norte ya que tiene mayor acceso al transporte público las 24:00 horas del día y queda a pocas cuadras de la plaza y del terminal.

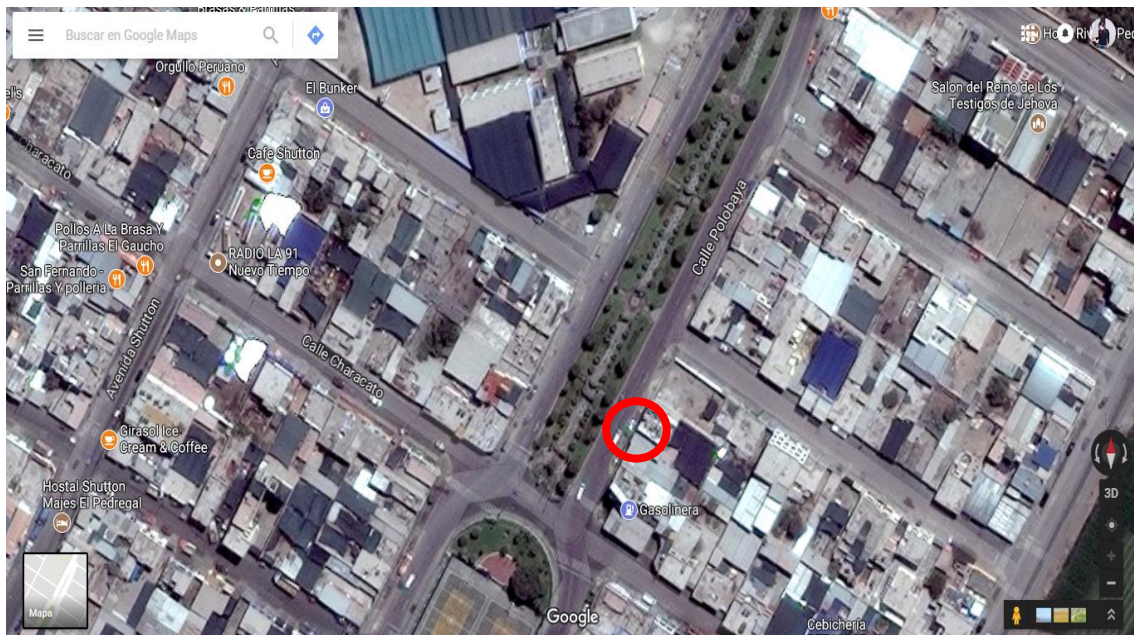
Espacio para cochera: El local debe contar con espacio para la cochera ya que muchos clientes llegan con movilidad propia y necesitan un lugar seguro donde guardar su vehículo, es por esto que se califica con mayor puntuación la primera opción ya que cuenta con una cochera para aproximadamente 4 vehículos.

Infraestructura: Para ambas opciones se cuenta con una infraestructura ya terminada solo para la instalación del hospedaje, la primera opción que es de la avenida principal norte cuenta con un espacio más amplio y moderno que el de la colina es por esta razón que lo calificamos con un mayor número y se escoge la primera opción.

Longitud del terreno: La longitud del terreno es de la avenida es 213 metros cuadrados.

Cercanía proveedores: El hostel debe estar de preferencia cerca a los proveedores, en lugar céntrico. El local de la colina queda en un lugar céntrico pero alejado de la plaza principal del distrito y es un poco escondido para el público y sería un costo extra por el transporte que se necesitaría para los proveedores, por otro lado el local de la avenida principal norte su ubicación es idónea para los proveedores.

GRÁFICA 2: Micro localización



Nota: Fuente de Google Maps

4.2.5. Organización y administración

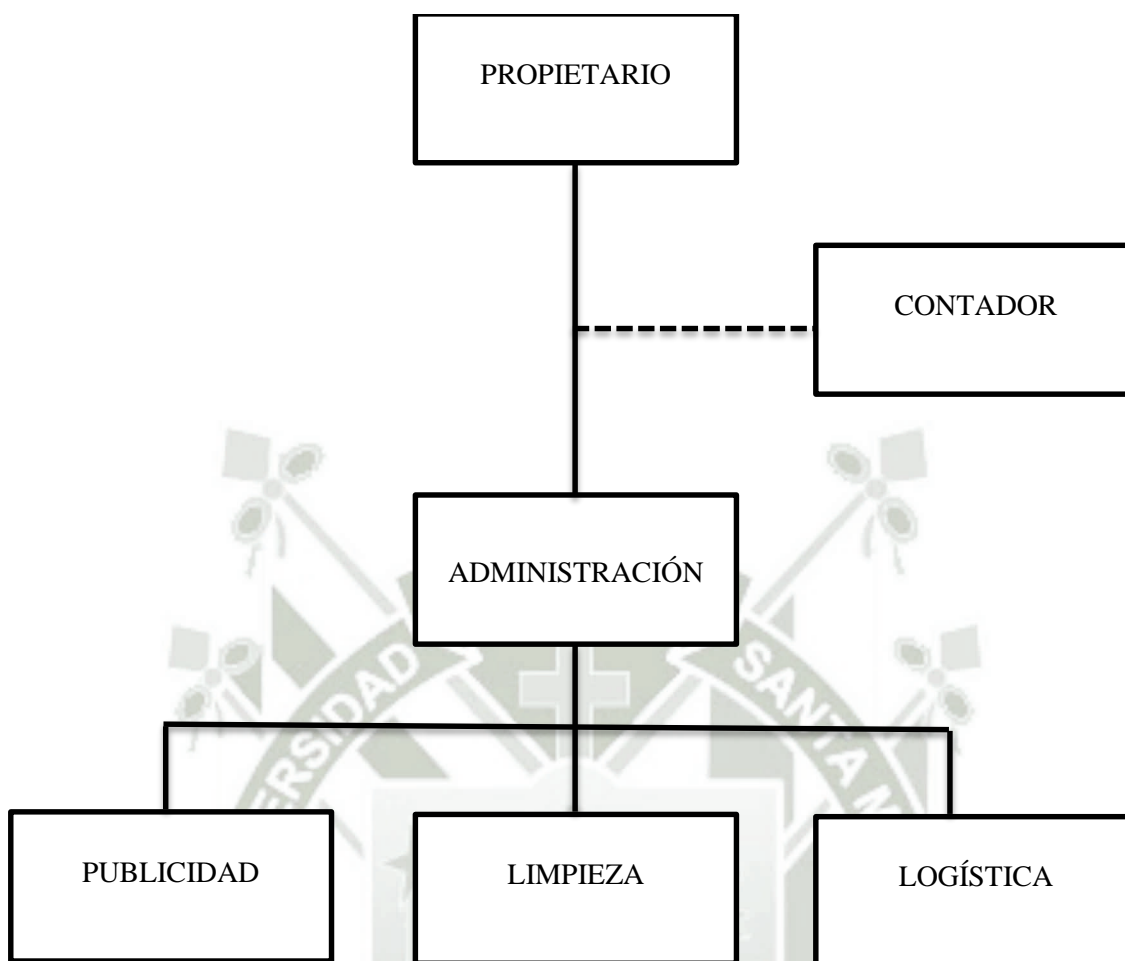
4.2.5.1. Generalidades

- Nombre Comercial: Hostal el Marques
- Persona Natural con Negocio
- Ruc: 10728940048
- Dirección: Avenida principal norte Mz. C lote 3
- Tipo de organización: MYPE
- Régimen Tributario: REMYPE

4.2.5.2. Estructura de la organización

Se realizó un organigrama que detallara gráficamente la estructura que tendrá la empresa, la cual deberá tener relación entre las diferentes partes que participarán y sus funciones de las personas que trabajaran con la empresa.

Ilustración 15: Organigrama



Nota: Se muestra la jerarquía para el proyecto.

4.2.5.3. Requerimiento de personal

Los requerimientos del personal se determinaron de acuerdo al tamaño de la empresa, la cantidad de demanda que se va a atender.

TABLA 32: Personal

PERSONAL	CANTIDAD
Administrador	1
Recepción	2
Limpieza	1

Nota: Requerimiento de personal para el hospedaje.

Cada puesto tendrá sus funciones definidas para un mejor desempeño de sus responsabilidades. Por ser una empresa que recién está comenzando a funcionar el administrador tomara las funciones de publicidad y logística.

4.2.5.4. Funciones del personal

- **Administrador**

TABLA 33: Funciones administrador

REQUISITOS	FUNCIONES
- Lic. En administración de empresas	- Responsable de la administración del
- Experiencia preferible en puestos similares mínimo 3 años	hostal.
- Disponibilidad a tiempo completo	- Manejo de las relaciones comerciales de la empresa
- Habilidades de liderazgo, organización, solución de problemas, iniciativa.	- Supervisar las funciones de los trabajadores y resultados
	- Responsable de la compra de insumos

Nota: Requisitos y funciones que se necesitan para el administrador.

- **Recepcionista**

TABLA 34: Funciones recepcionista

REQUISITOS	FUNCIONES
- Estudios técnicos	- Recibir a los huéspedes con un trato cordial
- Manejo de office nivel usuario	- Dar información sobre tarifas, disponibilidad u otros que se soliciten en recepción
- Manejo de boletas y facturas	- Asignar habitaciones disponibles a los huéspedes
- Experiencia mínima de 1 un año en puestos similares	- Realizar un reporte para el cambio de turno
	- Arquear la caja diariamente y por cambio de turno
	- Facturar los consumos de los visitantes

Nota: Requisitos y funciones que se necesita para la recepcionista.

- **Limpieza**

TABLA 35: *Funciones limpieza*

REQUISITOS	FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> - Preferible estudios secundarios culminados - Mayor de 18 años 	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar limpieza de todos los ambientes del hostel diariamente - Utilizar de manera responsable los productos de limpieza entregados para la limpieza del hostel - Apoyar con la organización de las compras de los insumos para el hostel

Nota: Requisitos y funciones para el personal de limpieza.

4.2.6. Tecnología del proyecto

4.2.6.1. Diagrama de flujo

Aquí se realizara la descripción del diagrama para los procedimientos de atención que se tendrá cuando tengamos un huésped.

- **Presentación del huésped**

El huésped se presenta al hostel el mismo día de su estancia.

- **¿Hay habitaciones disponibles?**

El recepcionista del hostel deberá verificar si existen habitaciones disponibles con el registro que se cuenta, en caso de que no existen habitaciones disponibles se concluye el proceso. Caso contrario si se verifica la existencia de habitaciones disponibles con las características que el cliente desea se procede al registro del huésped, explicando antes la habitación que se asignara, el precio de la habitación por noche, los servicios que ofrece el hostel, los días que ocupara la habitación.

- **Registro del huésped**

Habiendo habitaciones disponibles se procede a registrar al huésped, se llenara un libro de registros que tendrá los datos personales: nombre, apellido, número de DNI,

firma y número de días de hospedaje, el pago se realizara al momento de terminar de llenar los datos que tendrá dos modalidades en efecto y por tarjeta, pagando por adelantado la noche o noches que se hospedara.

- **Asignación de la habitación y entrega de llaves de la habitación**

Habiendo concluido el registro del huésped se pasa a asignar la habitación del huésped y entregándole las llaves de la habitación que ocupara durante su estadía, se le indicara la forma de llegar a la habitación y si es necesario se le acompañara a esta.

- **Estancia del huésped**

Si el cliente requiere servicio a la habitación o algún requerimiento que solicite se le atenderá durante su estancia con mucha calidez.

- **¿Si es el huésped quiere hospedarse más días?**

Si se diera el caso de que el huésped quiera hospedarse por más días de las que dijo al momento de registrarse, deberá consultar con recepción si hay disponibilidad de habitaciones, si hay disponibilidad se seguirá con el mismo proceso desde el registro de los huéspedes. En caso de que no haya disponibilidad de habitaciones o que el cliente no requiera hospedarse por más días de los ya registrados se procede a la desocupación de la habitación.

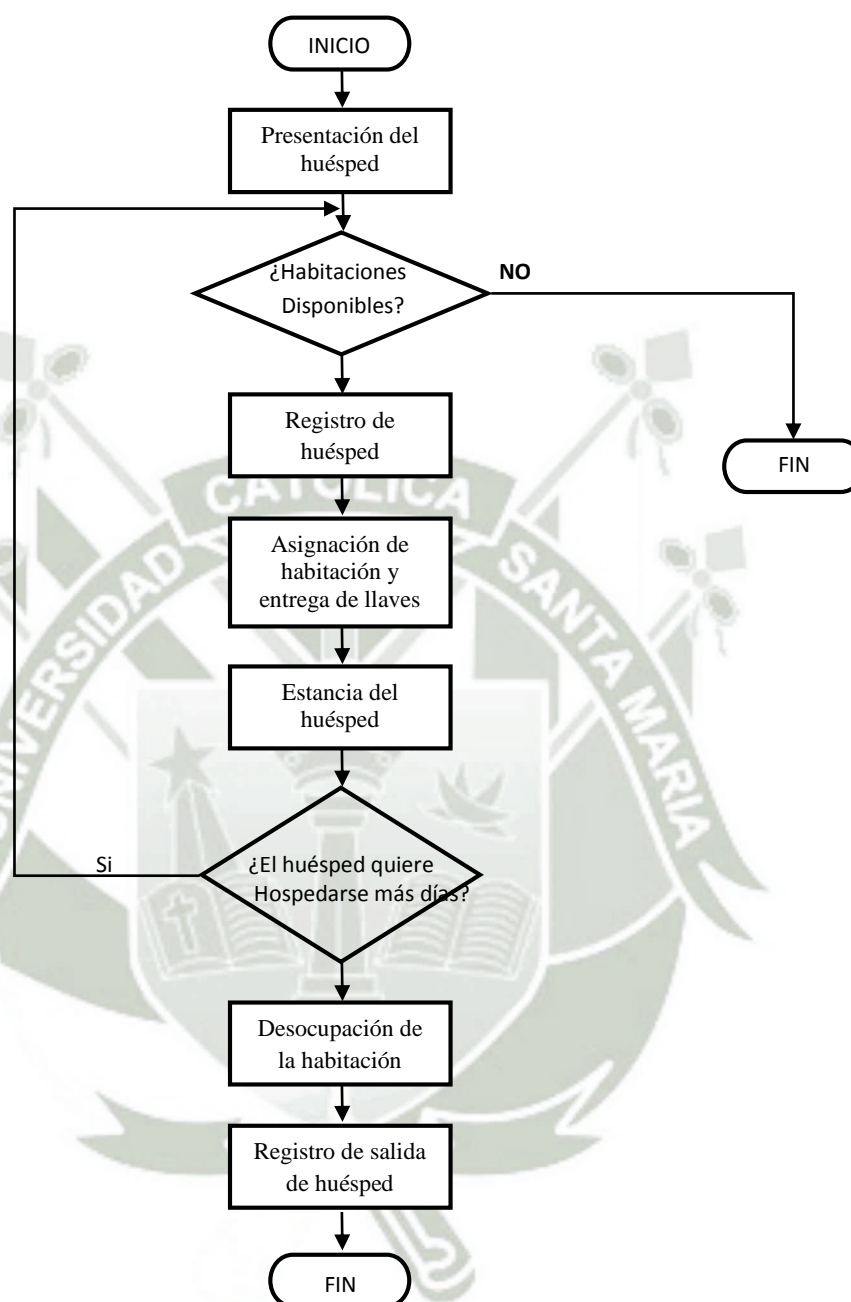
- **Desocupación de la habitación**

El huésped deberá desocupar la habitación el día pactado y a la hora determinada que será a las 12:00 del mediodía, en caso de que es huésped no se retire a la hora pactada se le cobrara un día más.

- **Registro de salida del huésped**

Al momento de que el huésped se retire del hostel firmara el libro de registro que incluirá la fecha y hora de su salida.

GRÁFICA 4: Diagrama de flujo del proceso de alojamiento



Nota: diagrama representa el proceso que se seguirá para atender a un huésped.

4.3. Estudio económico financiero

4.3.1. Inversiones

4.3.1.1. Inversiones activo fijo

TABLA 36: Inversiones activo fijo

DESCRIPCION	CANTIDAD	Costo U.	TOTAL
ACTIVO FIJO			
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Refrigerador	1	S/. 980.00	S/. 980.00
Sistema de Seguridad	1	S/. 2,200.00	S/. 2,200.00
Timbres	2	S/. 50.00	S/. 100.00
Intercomunicador	1	S/. 200.00	S/. 200.00
Lavadora	1	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00
Plancha	1	S/. 95.00	S/. 95.00
Luces de Emergencia	2	S/. 120.00	S/. 240.00
Impresora	1	S/. 80.00	S/. 80.00
Laptop	1	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
Televisor(recepción)	1	S/. 530.00	S/. 530.00
Equipo contra incendios	1	S/. 295.00	S/. 295.00
Televisores	25	S/. 265.00	S/. 6,625.00
Total Maquinaria y equipo			S/. 14,045.00
MUEBLES Y ENSERES			
Barra de recepción	1	S/. 500.00	S/. 500.00
Silla de recepción	1	S/. 80.00	S/. 80.00
Juego de sala	1	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
Estante	1	S/. 180.00	S/. 180.00
Mesa de centro	1	S/. 130.00	S/. 130.00
Llaveros acrílicos	1	S/. 90.00	S/. 90.00
Extintores	2	S/. 130.00	S/. 260.00
Numeración para puertas	25	S/. 4.00	S/. 100.00
Camas 2 plazas	9	S/. 240.00	S/. 2,160.00
camas plaza y media	16	S/. 215.00	S/. 3,440.00
juego de sabana y edredones 2 plazas	18	S/. 95.00	S/. 1,710.00
juego de sabana y edredones plaza y media	32	S/. 85.00	S/. 2,720.00
Rack TV	25	S/. 25.00	S/. 625.00
Veladores	25	S/. 20.00	S/. 500.00
Macetero	1	S/. 50.00	S/. 50.00
Botiquín	1	S/. 20.00	S/. 20.00
Útiles de escritorio	1	S/. 100.00	S/. 100.00
Total muebles y enseres			S/. 14,165.00
TOTAL INVERSION ACTIVO FIJO			S/. 28,210.00

Nota: Descripción de maquinaria y equipo y muebles y enseres que conforman las inversiones del activo fijo.

4.3.1.2. Inversión intangibles

Un intangible no puede ser percibido físicamente, es por lo tanto de naturaleza inmaterial. La inversión de intangibles vienen a ser los pagos por gastos de constitución de empresa, estudio de pre factibilidad, publicidad, entre otros, en el siguiente cuadro lo explicamos con más detalle.

TABLA 37: Inversiones intangibles

INTANGIBLE					
Gastos Pre – Operativos	Cantidad	Costo U.		Total	
Reclutamiento de personal	1	150	S/.	150.00	
Acondicionamiento de local	1	1000	S/.	1,000.00	
Total gastos pre operativos				S/. 1,150.00	
Derechos y Otros					
Elaboración de minuta	1	S/.	400.00	S/.	400.00
Elevar la minuta a escritura publica	1	S/.	150.00	S/.	150.00
Elevar la escritura pública a Sunarp	1	S/.	100.00	S/.	100.00
Estudio de pre factibilidad	1	S/.	1,500.00	S/.	1,500.00
Licencia de funcionamiento	1	S/.	350.00	S/.	350.00
Inspección	1	S/.	280.00	S/.	280.00
Registro Sanitario	1	S/.	150.00	S/.	150.00
Suscripción de Internet y Teléfono	1	S/.	135.00	S/.	135.00
Suscripción de Cable	1	S/.	200.00	S/.	200.00
Publicidad redes de sociales	1	S/.	500.00	S/.	500.00
Libros de contabilidad	1	S/.	50.00	S/.	50.00
Total derechos y otros				S/. 3,815.00	
Total Intangible				S/. 4,965.00	

Nota: Describe todos los gastos en intangibles a lo largo del presente proyecto.

4.3.1.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo para el presente proyecto asciende a S/. 16,780.68 soles donde se tomó en cuenta la mano de obra directa, materiales directos, mano de obra indirecta, gastos indirectos, gastos de administración y gastos de venta.

Para inicio de la empresa se debe contar con este monto para poder contar con una reserva de dos meses por inicio de operaciones.

TABLA 38: Capital de trabajo

RUBROS	RESERVA	TOTAL
Mano de Obra Directa	2	S/. 1,785.60
Materiales Directos	2	S/. 850.00
Mano de Obra Indirecta	2	S/. 3,840.00
Gastos Indirectos	2	S/. 1,109.99
Gastos de Administración	2	S/. 8,685.10
Gastos de Venta	2	S/. 510.00
TOTAL		S/. 16,780.68

Nota: Capital de trabajo con una reserva para dos meses por inicio de operaciones.

4.3.2. Ingresos y egresos del proyecto

4.3.2.1. Presupuestos de ingresos

De acuerdo a la encuesta realizada la habitación simple es la más solicitada por los demandantes con más del 50% de la demanda.

TABLA 39: Presupuestos ingresos

AÑO	SERVICIO	Demanda	PRECIO	VALOR
			UNITARIO	PARCIAL
			(S/.)	(S/.)
1	Habitación Simple	3100	S/. 35.00	S/. 108,491.96
	Habitación Doble	609	S/. 60.00	S/. 36,533.01
	Habitación Matrimonial	1827	S/. 50.00	S/. 91,332.52
	TOTAL	5535		S/. 236,357.49
2	Habitación Simple	3144	S/. 35.00	S/. 110,044.37
	Habitación Doble	618	S/. 60.00	S/. 37,055.76
	Habitación Matrimonial	1853	S/. 50.00	S/. 92,639.39
	TOTAL	5615		S/. 239,739.52
3	Habitación Simple	3188	S/. 35.00	S/. 111,596.78
	Habitación Doble	626	S/. 60.00	S/. 37,578.51
	Habitación Matrimonial	1879	S/. 50.00	S/. 93,946.27
	TOTAL	5694		S/. 243,121.56
4	Habitación Simple	3233	S/. 35.00	S/. 113,149.19
	Habitación Doble	635	S/. 60.00	S/. 38,101.26
	Habitación Matrimonial	1905	S/. 50.00	S/. 95,253.15
	TOTAL	5773		S/. 246,503.60
5	Habitación Simple	3277	S/. 35.00	S/. 114,701.60
	Habitación Doble	644	S/. 60.00	S/. 38,624.01
	Habitación Matrimonial	1931	S/. 50.00	S/. 96,560.02
	TOTAL	5852		S/. 249,885.64

Nota: Descripción de las tres tipos de habitaciones con su demanda proyecta por los 5 años y monto de ingresos que se tendrá por cada una de ellas.

4.3.2.2. Presupuestos de egresos

a. Materiales directos:

Para ofrecer el servicio los materiales directos que se usan es jabón, rollo de papel higiénico y bolsa de basura, utensilios que se cambian cada vez que la habitación se alquila.

TABLA 40: Material directo

MATERIAL	Cantidad	Costo Unitario	Total
Rollos de papel higiénico	6000	S/. 0.50	S/. 3,000.00
Jaboncillo Barra	6000	S/. 0.30	S/. 1,800.00
Bolsas de basura	6000	S/. 0.05	S/. 300.00
Total Materiales Directos			S/. 5,100.00

Nota: Materiales que entran directamente para ofrecer el servicio al huésped.

b. Mano de obra directa (MOD)

Se determina la mano de obra directa que se necesita para operar el hostel, de esta manera poder determinar el costo anual. Se consideró a personal que participa directamente en la labor de servicio, brindando un trato directo al cliente.

TABLA 41: Mano de obra directa

PUESTOS TRABAJO	CANT	REMUNERACION BASE	ESSALUD ONP		REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION ANUAL
Personal Limpieza	1	S/. 930.00	S/. 83.70	S/. 120.90	S/. 892.80	S/. 10,713.60
TOTAL						S/. 10,713.60

Nota: El sueldo base es de S/. 930.00 descontando su ONP y sumando su Essalud. Su ONP se le depositara mensualmente.

c. Materiales indirectos

Los materiales indirectos son indispensables para el funcionamiento óptimo del hospedaje.

TABLA 42: Materiales indirectos

MATERIAL	Cantidad	Costo Unitario	Total
Colchones plaza y media	16	S/. 200.00	S/. 3,200.00
Colchones 2 plazas	9	S/. 240.00	S/. 2,160.00
Frazadas 2 plazas	9	S/. 100.00	S/. 900.00
Frazadas plaza y media	16	S/. 90.00	S/. 1,440.00
Toallas	50	S/. 9.90	S/. 495.00
Tachos de basura	28	S/. 10.00	S/. 280.00
Insumos de limpieza	12	S/. 150.00	S/. 1,800.00
Ambientadores	48	S/. 10.00	S/. 480.00
Detergente lavandería	260	S/. 2.50	S/. 650.00
Total			S/. 11,405.00

Nota: Materiales indirectos para el correcto funcionamiento del hospedaje.

d. Mano de obra indirecta (MOI)

A continuación determinamos el personal responsable de recibir, registrar y asignar la habitación para el huésped.

TABLA 43: Mano de obra directa

PUESTOS DE TRABAJO	CANT.	REMUNERACION BASE	ESSALUD	ONP	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION ANUAL
Recepcionista	2	S/. 1,000.00	S/. 90.00	S/. 130.00	S/. 1,920.00	S/. 23,040.00
TOTAL						S/. 23,040.00

Nota: El sueldo base es de S/. 1000.00 descontando su ONP y sumando su Essalud. Su ONP se le depositara mensualmente.

e. Gastos indirectos

Los gastos indirectos son variables ya que pueden cambiar de acuerdo al volumen de producción si aumenta o disminuye.

TABLA 44: Gastos indirectos

RUBROS / AÑOS	1	2	3	4	5
Mantenimiento	S/. 528.94	S/. 528.94	S/. 528.94	S/. 528.94	S/. 528.94
Energía	S/. 1,800.00	S/. 1,800.00	S/. 1,800.00	S/. 1,800.00	S/. 1,800.00
Agua	S/. 3,420.00	S/. 3,420.00	S/. 3,420.00	S/. 3,420.00	S/. 3,420.00
Vestuario	S/. 717.00	S/. 717.00	S/. 717.00	S/. 717.00	S/. 717.00
Imprevistos 2% de rubros anteriores	S/. 193.98	S/. 193.98	S/. 193.98	S/. 193.98	S/. 193.98
TOTALES	S/. 6,659.92	S/. 6,659.92	S/. 6,659.92	S/. 6,659.92	S/. 6,659.92

Nota: Gastos indirectos que entran para la operación del servicio. Apéndice 10,11 y 14.

f. Costos y gastos indirectos de operación

Los costos y gastos de operación son el costo de mano de obra indirecta, costos de materiales indirectos y los gastos indirectos, todos estos participan para la instalación del hostel.

TABLA 45: Costos y gastos indirectos

AÑOS	COSTO DE M.O.I.	COSTOS MATERIALES INDIRECTOS	GASTOS INDIRECTOS	TOTAL
1	S/. 23,040.00	S/. 11,405.00	S/. 6,659.92	S/. 41,104.92
2	S/. 23,040.00	S/. 11,405.00	S/. 6,659.92	S/. 41,104.92
3	S/. 23,040.00	S/. 11,405.00	S/. 6,659.92	S/. 41,104.92
4	S/. 23,040.00	S/. 11,405.00	S/. 6,659.92	S/. 41,104.92
5	S/. 23,040.00	S/. 11,405.00	S/. 6,659.92	S/. 41,104.92

Nota: Descripción de los costos y gastos indirectos para la instalación del hostel.

g. Gastos de administración

Para los gastos administrativos se realiza otro presupuesto incluyendo los gastos de los alquileres.

TABLA 46: Gastos de administración

RUBROS / AÑOS	1	2	3	4	5
Rem Pro y Recarg Sociales	S/. 12,672.00	S/. 12,672.00	S/. 12,672.00	S/. 12,672.00	S/. 12,672.00
Agua	S/. 136.80	S/. 136.80	S/. 136.80	S/. 136.80	S/. 136.80
Energía	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00
Comunicaciones	S/. 1,620.00	S/. 1,620.00	S/. 1,620.00	S/. 1,620.00	S/. 1,620.00
Útiles de Escritorio y Papelería	S/. 480.00	S/. 480.00	S/. 480.00	S/. 480.00	S/. 480.00
Alquileres	S/. 36,000.00	S/. 36,000.00	S/. 36,000.00	S/. 36,000.00	S/. 36,000.00
Imprevistos 2% de rubros anteriores	S/. 1,021.78	S/. 1,021.78	S/. 1,021.78	S/. 1,021.78	S/. 1,021.78
TOTALES	S/. 52,110.58	S/. 52,110.58	S/. 52,110.58	S/. 52,110.58	S/. 52,110.58

Nota: Gastos administrativo, se detalla en apéndice 12 y 13.

TABLA 47: Personal administrativo

PUESTOS TRABAJO	CANT.	REMUNERACION BASE	ESSALUD	ONP	REMUNERACION	
					MENSUAL	ANUAL
Administrador	1	S/. 1,100.00	S/. 99.00	S/. 143.00	S/. 1,056.00	S/. 12,672.00
TOTAL						S/. 12,672.00

Nota: El sueldo base es de S/. 1100.00 descontando su ONP y sumando su Essalud. La ONP se le depositara mensualmente.

h. Gastos de ventas

TABLA 48: Gastos de ventas

RUBROS/AÑOS	1	2	3	4	5
Gastos de Promoc. y Public	S/. 1,800.00	S/. 1,800.00	S/. 1,800.00	S/. 1,800.00	S/. 1,800.00
Merchandising	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00
Imprevistos 2% de rubros anteriores	S/. 60.00	S/. 60.00	S/. 60.00	S/. 60.00	S/. 60.00
TOTALES	S/. 3,060.00	S/. 3,060.00	S/. 3,060.00	S/. 3,060.00	S/. 3,060.00

Nota: Se detallan los gastos necesarios para poder vender nuestro servicio.

i. Gastos operativos

Para el reclutamiento del personal publicaremos avisos en el periódico, en web de compu trabajo y se harán entrevistas con el administrador escogiendo al personal que cumpla con las características. Si bien el local que se alquilara es un local con la infraestructura para un hospedaje siempre se necesitara acondicionarlo y modernizarlo es por esto que se vio por conveniente reservar el dinero para ejecutarlo.

TABLA 49: Gastos-operativos

Gastos Pre – Operativos							
Reclutamiento de personal	1	150	S/.	150.00	20%	S/.	30.00
Acondicionamiento de local	1	1000	S/.	1,000.00	20%	S/.	200.00
Total gastos pre operativos			S/.	1,150.00		S/.	230.00

Nota: Descripción de los gastos operativos para poner en marcha al proyecto.

j. Depreciación del activo

La siguiente tabla muestra los montos de depreciación para los equipos, maquinaria y accesorios y mobiliario y equipo de oficina, para el tiempo de 5 años. Con un valor residual para equipo, maquinaria y accesorios de S/. 7,022.50 y para el mobiliario y equipo de oficina de S/. 7,082.50.

TABLA 50: Depreciación del activo

Activo	Valor	% dep.	Deprec.	Años de vida			Valor residual
				ACTIVO	USO	PROYECTO	
Equipo Maquinaria Accesorios	S/ 14,045.00	10.0%	S/ 1,404.50	10	0	5	S/ 7,022.50
Mobiliario y Equipo de Oficina	S/ 14,165.00	10.0%	S/ 1,416.50	10	0	5	S/ 7,082.50
TOTALES	S/ 28,210.00		S/ 2,821.00				S/ 14,105.00

Nota: Descripción de los activos para un periodo de 5 años.

4.3.3. Financiamiento

En la siguiente tabla se muestra la repartición de la inversión entre el aporte propio y el crédito financiero, siendo un total de 33.6% de aporte propio y un 66.4% de crédito financiero.

TABLA 51: Estructura de financiamiento

RUBROS	TOTAL	APORTE	BANCOS
		PROPIO	CREDITO
INVERSION TOTAL	S/. 49,955.68	S/. 16,780.68	S/. 33,175.00
PARTICIPACION	100.0%	33.6%	66.4%
INVERSION FIJA	S/. 28,210.00	S/. 0.00	S/. 28,210.00
Equipo Maquinaria y Accesorios	S/. 14,045.00	S/. 0.00	S/. 14,045.00
Mobiliario y Equipo Oficina	S/. 14,165.00	S/. 0.00	S/. 14,165.00
INVERSION INTANGIBLE	S/. 4,965.00	S/. 0.00	S/. 4,965.00
Reclutamiento de personal	S/. 150.00	S/. 0.00	S/. 150.00
Acondicionamiento de Local	S/. 1,000.00	S/. 0.00	S/. 1,000.00
Estudios y Derechos	S/. 3,815.00	S/. 0.00	S/. 3,815.00
CAPITAL DE TRABAJO	S/. 16,780.68	S/. 16,780.68	

Nota: Descripción de la estructura de financiamiento con aporte propio y crédito financiero.

4.3.3.1. Estructura del capital

El total del préstamo es de S/. 33,175.00

TABLA 52: Estructura del capital

AÑOS	INTERESES	CAPITAL
1	S/. 8,454.44	S/. 2,175.71
2	S/. 7,587.42	S/. 5,218.44
3	S/. 6,172.80	S/. 6,633.05
4	S/. 4,374.71	S/. 8,431.14
5	S/. 2,089.20	S/. 10,716.66
TOTAL	S/. 28,678.57	S/. 33,175.00

Nota: Descripción de la estructura del capital con los intereses por 5 años.

4.3.3.2. Fuentes de financiamiento

Se vio por conveniente trabajar con la caja Arequipa ya que según la banca y seguros (SBS), esta caja mantiene el liderazgo en el sistema nacional de micro finanzas¹⁰. Con una tasa de 27.11% anual, el préstamo se tomara por 5 años.

TABLA 53: Fuentes de financiamiento

AÑOS	CAJA AREQUIPA	TOTAL
1	S/. 8,454.44	S/. 8,454.44
2	S/. 7,587.42	S/. 7,587.42
3	S/. 6,172.80	S/. 6,172.80
4	S/. 4,374.71	S/. 4,374.71
5	S/. 2,089.20	S/. 2,089.20
TOTAL	S/. 28,678.57	S/. 28,678.57

Nota: Se tomara un préstamo de la caja Arequipa y se describe el total del interés.

¹⁰ Fuente de <https://larepublica.pe/politica/1005311-caja-arequipa-genero-98-millones-en-utilidades-en-ejercicio-del-ano-pasado>

4.3.3.3. Cronograma de amortizaciones

Para determinar el servicio de la deuda se utilizó el método de factor de recuperación de capital (FRC), con la siguiente fórmula¹¹.

$$FRC = Préstamo \frac{i(1+i)^n}{1-(1+i)^{-n}}$$

Donde:

i: Tasa de interés del préstamo

n: Número de periodos del préstamo

TABLA 54: Amortización

SEMETRES	MONTO	INTERES	AMORTIZAC	SALDO	CUOTA
1	S/. 33,175.00	S/. 4,227.22	S/. 0.00	S/. 33,175.00	S/. 4,227.22
2	S/. 33,175.00	S/. 4,227.22	S/. 2,175.71	S/. 30,999.29	S/. 6,402.93
3	S/. 30,999.29	S/. 3,949.99	S/. 2,452.94	S/. 28,546.35	S/. 6,402.93
4	S/. 28,546.35	S/. 3,637.43	S/. 2,765.50	S/. 25,780.85	S/. 6,402.93
5	S/. 25,780.85	S/. 3,285.04	S/. 3,117.88	S/. 22,662.97	S/. 6,402.93
6	S/. 22,662.97	S/. 2,887.76	S/. 3,515.17	S/. 19,147.80	S/. 6,402.93
7	S/. 19,147.80	S/. 2,439.85	S/. 3,963.08	S/. 15,184.72	S/. 6,402.93
8	S/. 15,184.72	S/. 1,934.86	S/. 4,468.06	S/. 10,716.66	S/. 6,402.93
9	S/. 10,716.66	S/. 1,365.54	S/. 5,037.39	S/. 5,679.27	S/. 6,402.93
10	S/. 5,679.27	S/. 723.66	S/. 5,679.27	S/. 0.00	S/. 6,402.93

Nota: Descripción de la amortización para los 10 periodos de pago.

4.3.4. Punto de equilibrio

¹¹ Fuente de la fórmula: <http://lanuevaeconomia.com/factor-de-recuperacion-del-capital-frk.html>

El punto de equilibrio es la cantidad de habitaciones vendidas o alquiladas cuyo ingreso es la suma de costos fijos y variables, donde tiene un beneficio que es igual a cero. Se especifica el punto de equilibrio para las tres habitaciones (simple, doble y matrimonial).¹²

''TABLA 55: Punto de equilibrio bajo prorratio

Punto de equilibrio bajo prorratio					
Servicio	Venta	C.V.	Margen	%	C.F. Totales
	Totales	Total	Ganancia		
Habitación simple	108491.96	22504.62	85987.35	48.82%	8749.35
Habitación Doble	36533.01	17683.50	18849.51	10.70%	1917.97
Habitación matrimonial	91332.52	20040.49	71292.03	40.48%	7254.07
TOTALES	236357.49	60228.60	176128.89	100.00%	17921.39

Nota: se muestra el punto de equilibrio para las tres habitaciones.

TABLA 56: Punto de equilibrio habitaciones

Servicio	Unidades	Soles
Habitación simple	315	11039.32
Habitación Doble	62	3717.15
Habitación matrimonial	186	9293.33
TOTAL	563	24049.79

Nota: Se muestra el punto de equilibrio por habitaciones en soles.

¹² Apéndice 20- 25

4.4. Evaluación económica financiera

4.4.1. Estados financieros

4.4.1.1. Estado de ganancias y pérdidas

TABLA 57: Estado de ganancias y pérdidas

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS	236,357.49	239,739.52	243,121.56	246,503.60	249,885.64
- Ventas	236,357.49	39,739.52	243,121.56	246,503.60	249,885.64
EGRESOS	56,918.52	56,918.52	56,918.52	56,918.52	56,918.52
- Costo de producción	56,918.52	56,918.52	56,918.52	56,918.52	56,918.52
Costos Directos	15,813.60	15,813.60	15,813.60	15,813.60	15,813.60
Costos Indirectos	41,104.92	41,104.92	41,104.92	41,104.92	41,104.92
UTILIDAD BRUTA	179,438.97	182,821.01	186,203.05	189,585.09	192,967.12
- Gastos de Operación	55,170.58	55,170.58	55,170.58	55,170.58	55,170.58
Gastos Administrativos	52,110.58	52,110.58	52,110.58	52,110.58	52,110.58
Gastos de Venta	3,060.00	3,060.00	3,060.00	3,060.00	3,060.00
- Depreciación	2,821.00	2,821.00	2,821.00	2,821.00	2,821.00
UTILIDAD OPERATIVA	121,447.40	124,829.43	128,211.47	131,593.51	134,975.55
- Gastos Financieros	8,454.44	7,587.42	6,172.80	4,374.71	2,089.20
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	112,992.96	117,242.02	122,038.67	127,218.80	132,886.35
- Impuesto a la renta	11,299.30	45,776.93	46,772.50	47,806.41	48,889.07
- IGV	33,536.82	34,052.72	34,568.63	35,084.53	35,600.44
UTILIDAD NETA	68,156.84	37,412.37	40,697.55	44,327.85	48,396.84

Nota: El estado de ganancias y pérdidas nos muestra la utilidad neta que tendrá nuestro proyecto.

4.4.1.2. Flujo de caja

a. Flujo de caja económico

TABLA 58: Flujo de caja económico

CONCEPTO	PERÍODO DE INICIO	AÑOS				
		1	2	3	4	5
INGRESOS		S/. 236,357.49	S/. 239,739.52	S/. 243,121.56	S/. 246,503.60	S/. 249,885.64
- Ventas		S/. 236,357.49	S/. 239,739.52	S/. 243,121.56	S/. 246,503.60	S/. 249,885.64
EGRESOS	S/. 49,955.68	S/. 156,925.21	S/. 191,918.74	S/. 193,430.22	S/. 194,980.04	S/. 196,578.60
- Inversiones fijas	S/. 28,210.00					
- Inversiones intangibles	S/. 4,965.00					
- Capital de trabajo	S/. 16,780.68					
- Costo de producción		S/. 56,918.52	S/. 56,918.52	S/. 56,918.52	S/. 56,918.52	S/. 56,918.52
Costos Directos		S/. 15,813.60	S/. 15,813.60	S/. 15,813.60	S/. 15,813.60	S/. 15,813.60
Costos Indirectos		S/. 41,104.92	S/. 41,104.92	S/. 41,104.92	S/. 41,104.92	S/. 41,104.92
- Gastos de Operación		S/. 55,170.58	S/. 55,170.58	S/. 55,170.58	S/. 55,170.58	S/. 55,170.58
Gastos Administrativos		S/. 52,110.58	S/. 52,110.58	S/. 52,110.58	S/. 52,110.58	S/. 52,110.58
Gastos de Venta		S/. 3,060.00	S/. 3,060.00	S/. 3,060.00	S/. 3,060.00	S/. 3,060.00
- Impuesto a la renta y deficit fiscal		S/. 44,836.12	S/. 79,829.65	S/. 81,341.12	S/. 82,890.94	S/. 84,489.51
Recuperacion de inversion		S/. 33,175.00				
Recuperacion de Capital de Trabajo		S/. 16,780.68				
Valor Residual						S/. 14,105.00
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-S/. 49,955.68	S/. 29,476.60	S/. 47,820.78	S/. 49,691.35	S/. 51,523.56	S/. 67,412.04

Nota: Descripción del flujo de caja económico.

b. Flujo de caja financiero

TABLA 59: Flujo caja financiero

- Aporte Propio	S/. 16,780.68					
- Aporte Banco	S/. 33,175.00					
- Repago de Deuda Total		S/. 10,630.15	S/. 12,805.85	S/. 12,805.85	S/. 12,805.85	S/. 12,805.85
Intereses		S/. 8,454.44	S/. 7,587.42	S/. 6,172.80	S/. 4,374.71	S/. 2,089.20
Capital		S/. 2,175.71	S/. 5,218.44	S/. 6,633.05	S/. 8,431.14	S/. 10,716.66
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-S/. 16,780.68	S/. 18,846.45	S/. 35,014.93	S/. 36,885.49	S/. 38,717.71	S/. 54,606.18

Nota: Descripción del flujo de caja financiero.

4.4.2. Determinación del costo de oportunidad COK

El COK vincula la rentabilidad de un activo financiero con el riesgo de mercado de ese activo. A continuación para hallar el COK, hallaremos el beta proyectado.¹³

$$\beta_{\text{proy}} = \left(1 + \frac{\text{Deuda en \%}}{\text{Capital en \%}}\right) \times (1 - \text{Impuesto a la renta}) \times \beta_u$$

TABLA 60: Datos para determinar Bproy

Beta Apalancado(Bu):	0.92
Beta Proyecto	2.46
Riesgo de Mercado Actual Perú	1.92%

Nota: Datos para determinar la beta proyecta y luego hallar el COK

¹³ Fuente:

http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/796/Evaluacion_proyectos_empresas_exportadoras_2014_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Remplazando:

$$B_{proy} = 1 + \frac{66.4\%}{33.6\%} \times (1 - 10\%) \times 0.92$$

$$B_{proy} = 2.46$$

Luego de hallar nuestra beta proyectada se desarrolla el COK con la siguiente formula:

$$COK_{proy} = r_f + \beta_{proy} \times [r_m - r_f]$$

TABLA 61: Datos para determinar el COK

VALOR DE BONOS EE.UU	
Tasa Libre de riesgo(r_f)	2.1%
Riesgo del Mercado(r_m)	6.05%
COK EE.UU	11.84%
COK	13.76%

Nota: Datos para determinar el COK.

Remplazando:

$$COK = 2.1\% + 2.46 \times (6.05\% - 2.1\%)$$

$$COK = 13.76\%$$

4.4.3. Determinación de Coto Promedio Ponderado de Capital (WACC)

El WACC es una tasa de descuento que se usa

$$WACC = \frac{Deuda}{Capital\ total} \times COK + \frac{Capital\ propio}{Capital\ total} \times T_b \times (1 - T_x)$$

TABLA 62: WACC

WACC	17.33%
-------------	---------------

Nota: Resultado del WACC luego de utilizar la formula.

Remplazando:

$$WACC = 66.4\% \times 13.76\% + 33.6\% \times 22.11\% \times (1 - 10\%)$$

$$WACC = 17.33\%$$

4.4.4. Evaluación económica VANE

En la siguiente tabla podemos apreciar el Valor Actual Neto Económico (VANE) bajo el costo de oportunidad (COK) de 13.76%, nos muestra un valor mayor a cero por lo tanto el proyecto es viable; a continuación observamos una Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE) del proyecto de 77%, que según la teoría debe ser mayor al costo de capital, por lo tanto también se acepta. Tenemos un beneficio-costo (B/C) económico de 4.58 siendo mayor a uno, es decir que los beneficios superan a los costos y por último un periodo de recuperación de la inversión (PRI) de 1.45, que no quiere decir que tendremos una recuperación de 17 meses.

TABLA 63: VANE

SI COK=	13.76%
EVALUACIÓN ECONÓMICA	
VAN	112,822.8
TIR	77%
B/C	4.58
PRI	1.45

Nota: Valor actual neto económico

4.4.5. Evaluación financiera VANF

En la siguiente tabla podemos apreciar el Valor Actual Neto Financiero (VANF) bajo el capital ponderado (WACC) de 17.33%, nos muestra un valor mayor a cero por lo tanto el proyecto es viable; a continuación observamos una Tasa Interna de Retorno Financiero (TIRF) del proyecto de 152%, que según la teoría debe ser mayor al costo de capital, por lo tanto también se acepta ya que el WACC se tiene un 17.33%. Tenemos un beneficio-costo (B/C) económico de 10.49 siendo mayor a uno, es decir que los beneficios superan a los costó y por ultimo un periodo de recuperación de la inversión (PRI) de 0.99, que quiere decir que tendremos una recuperación de 11 meses y medio.

TABLA 64: VANF

WACC	17.33%
EVALUACIÓN FINANCIERA	
VAN	92,539.8
TIR	152%
B/C	9.35
PRI	0.99

Nota: Valor actual neto financiero.

4.5. Análisis de Sensibilidad

Evaluaremos la sensibilidad del proyecto frente a variaciones o parámetros críticos dentro de la economía. Analizaremos las principales variables que puedan ocurrir como corresponden a ruido político, inflación, tasa de interés variación de precios; exponiendo dos escenarios como el pesimista y el optimista nos da como resultado un VAN positivo lo que nos dice que a pesar de la disminución de las ventas que tendríamos en un escenario pesimista el proyecto tendría rentabilidad. A continuación mostramos con más detalle con los dos escenarios.

4.5.1. Escenario pesimista

Para el escenario pesimista se consideró que nuestras ventas proyectadas bajen en un 10%, nos muestra que a pesar de estas variaciones se ve que tenemos un VAN positivo, según las evaluaciones económicas y financieras.

TABLA 65: Escenario pesimista

SI COK=	13.76%
EVALUACIÓN ECONÓMICA	
VAN	53,013.5
TIR	51%
B/C	2.80
PRI	1.81
WACC	17.33%
EVALUACIÓN FINANCIERA	
VAN	41,377.3
TIR	96%
B/C	4.61
PRI	1.12

Nota: Nos muestra nuestro proyecto en un escenario pesimista

4.5.2. Escenario optimista

Ahora haremos el análisis en un escenario optimista que a diferencia del anterior escenario nuestras ventas proyectadas crecen en un 10% más de lo que se tenía pensado dándonos como resultado un VAN superior de S/. 194,793.7.

TABLA 66: Escenario optimista

SI COK=	13.76%
EVALUACIÓN ECONÓMICA	
VAN	194,793.7
TIR	135%
B/C	6.62
PRI	0.79
WACC	17.33%
EVALUACIÓN FINANCIERA	
VAN	177,498.7
TIR	337%
B/C	15.25
PRI	0.36

Nota: nos muestra nuestro proyecto es un escenario optimista.



CONCLUSIONES

- PRIMERA:** Existe una viabilidad comercial para la instalación de un nuevo hospedaje en el Distrito de Majes, con una demanda creciente e insatisfecha según los estudios realizados, ofreciendo una mejor calidad en el servicio de hospedaje. También se encontró viabilidad económica y financiera a partir de donde se obtiene un VANE de S/. 112,822.8, el VANF es de S/.92,539.8; una TIRE del 77%, una TIRF de 152%, un B/C de 4.58 y un PRI de un 17 meses.
- SEGUNDA:** Se concluye que existe comportamiento de demanda creciente en el mercado actual con una demanda aproximada de 550480 personas, de las cuales son personas que llegan al distrito de Majes de diferentes lugares y en diferentes empresas y también personas que viven en el distrito; donde tomamos como mercado meta el 2.5% de esta siento un total de 5535. La cantidad de tiempo promedio que las personas ocupan el servicio es de 1.5 días de estadía. Según los estudios se concluyó que existe un total de 84 hospedajes en el distrito de Majes que sería la oferta, que según la encuesta realizada los demandantes no se encuentran satisfechos con el servicio ofrecido por estos.
- TERCERA:** Se establece alquilar el local ubicado en la avenida principal norte, siendo un punto estratégico para la accesibilidad de nuestros futuros consumidores, el local cuenta con 3 pisos donde en el primer piso

estará ubicada la recepción, lavandería, 5 habitaciones y un baño, en el segundo piso cuenta con 10 habitaciones y el tercer piso con 10 habitaciones. Inicialmente se pretende alcanzar albergar a 450 personas por mes, cantidad que podría ir incrementándose de acuerdo al desarrollo de nuestras estrategias de posicionamiento, promociones y la aceptación de la población objetivo. Para la tecnología se utilizara materiales propios de la zona, utilizando un sistema de uso energético solar para las habitaciones.

CUARTA: Nuestra estructura organizativa estará conformado por 4 trabajadores y un contador, el administrador se encargara de supervisar a todo el personal, asegurándose de cumplir las normas de la empresa, se tomara dos recepcionistas turno mañana y noche. El personal contara con funciones ya establecidas, deberán ser personas preparadas y con un nivel de experiencia en trabajos pasados.

QUINTA: En cuanto a la inversiones que se necesitaran se determinó que para la implementación y funcionamiento del nuevo hostel ascienden a la cantidad de S/. 49,955.68 siendo el 100%; la inversión fija tangible asciende a S/. 28,210 representando el 56% representando maquinaria y equipo y muebles y enseres, la inversión fija intangible asciende a S/. 4,965.00 representando el 10% representando los gastos pre-operativos y derechos y otros; y por último el capital de trabajo que asciende a S/. 16,780.68 representando el 34% del total de las inversiones compuesto por la compra de los insumos necesarios para ofrecer el servicio por primera vez.

Las inversiones serán financiadas por dos fuentes, con aporte propio se financiara el 33.6% que corresponde a un S/. 16,780.68 y el otro 66.4% será financiado por la entidad Caja de Arequipa, es decir nos haremos un préstamo de S/. 33,174.00 soles.

SEXTA:

Por medio de las tablas realizadas para cuantificar nuestra rentabilidad separamos nuestros servicios en 3; habitaciones simples, habitaciones dobles y habitaciones matrimoniales nos da como resultado que para la habitación simple se tendrá un 56% de demanda, una habitación doble un 11% y una matrimonial 33%, con una rentabilidad neta de S/.69,244.58 nuevos soles.

SEPTIMA:

Finalmente los posibles escenarios que representaría el presente estudio para un escenario pesimista se concluye que se tendría un van de S/. 53,013.5 y TIR de 51% este escenario se plantea considerando las diferentes variaciones del mercado, ya sea tasas de interés, inflación, ruido político, este escenario permite concluir que a pesar de que haya variaciones negativas, el proyecto sigue siendo viable.

RECOMENDACIONES

- PRIMERA:** Se recomienda la implementación del presente estudio a que se ha determinado la viabilidad económica, lo que evidencia una oportunidad para el inversionista y el mercado.
- SEGUNDA:** Se recomienda para la implementación del hostel tener una especial preocupación por la calidad de atención que se tenga con nuestra demanda ya que al realizar la encuesta se ve una clara insatisfacción en la atención que se recibe.
- TERCERA:** Se recomienda alquilar un local para instalar el hostel, ya que comprar un terreno y construirlo no sería rentable. Para ahorrar energía eléctrica se recomienda hacer uso de las instalaciones solares que tiene como fuente de energía el hostel que se alquilara.
- CUARTA:** Se recomienda que la empresa tenga una estructura organizativa vertical ya que el administrador será el responsable de planificar, dirigir y controlar todas las tareas que se realizaran en el hostel.
- QUINTA:** Se recomienda pagar puntualmente a la entidad bancaria para no generar moras y deudas y pueda perjudicar a la empresa,
- SEXTA:** Al ser una empresa que ofrece servicios se recomienda que se pueda invertir en el personal que tiene trato directo con nuestros huéspedes dándoles charlas, cursos para que así puedan capacitarse y mejorar el servicio y la calidad de atención, buscando siempre tener una diferenciación de nuestra competencia.

SEPTIMA:

Se recomienda en época de inicios de clases escolar y universitaria que es una temporada baja para los hospedajes de ajes, realizar las promociones que más motiven a las personas para escoger nuestro hostel y siempre ofreciendo una clara diferenciación en el servicio que se ofrece.



BIBLIOGRAFIA

Baca Urbina, G. (1991). *Evaluacion de Proyectos*. México: McGraw-Hill.

Blanco Rodriguez, A. (2006). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. Caracas: C.A.

Chain, N. S. (2011). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación 2° edición*. Chile:
Pearson Educación de Chile S.A.

Chain, S. (2007). *Proyectos de Inversion Fomulacion y Evaluacion*. Mexico: Pearson
educacion.

Coss Bu., R. (2005). *Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México:
EDITORIAL LIMUSA, S.A. DE C.V. GRUPO NORIEGA EDITORES.

Estadística, I. N. (30 de 06 de 2015). www.inei.gob.pe. Obtenido de
proyectos.inei.gob.pe/web/biblioineipub/bancopub/Est/Lib0842/cuadros/c04005.xls

Finnerty, E. (2000). *Fundamentos de la Administracion Financiera*. México: Prentice may.

Finnerty, E. (2000). *Fundamentos de la Administracion Financiera*. Mexico: Prentice may.

Goxens Cols, A. (2007). *Encliclopedia practica de la contabilidad*. España: Oceano.

Horngren, C. T. (2000). *Introducción a la Contabilidad Financiera*. México: PEARSON
EDUCACIÓN.

Krajewski, L. J. (2000). *Administración de Operaciones. Estrategia y análisis, 5ta.*
edición. México: PEARSON EDUCACIÓN.

Mestres, S. (1999). *Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

Peruano, E. (9 de Junio de 2015). Normas Legales. *El Peruano*.

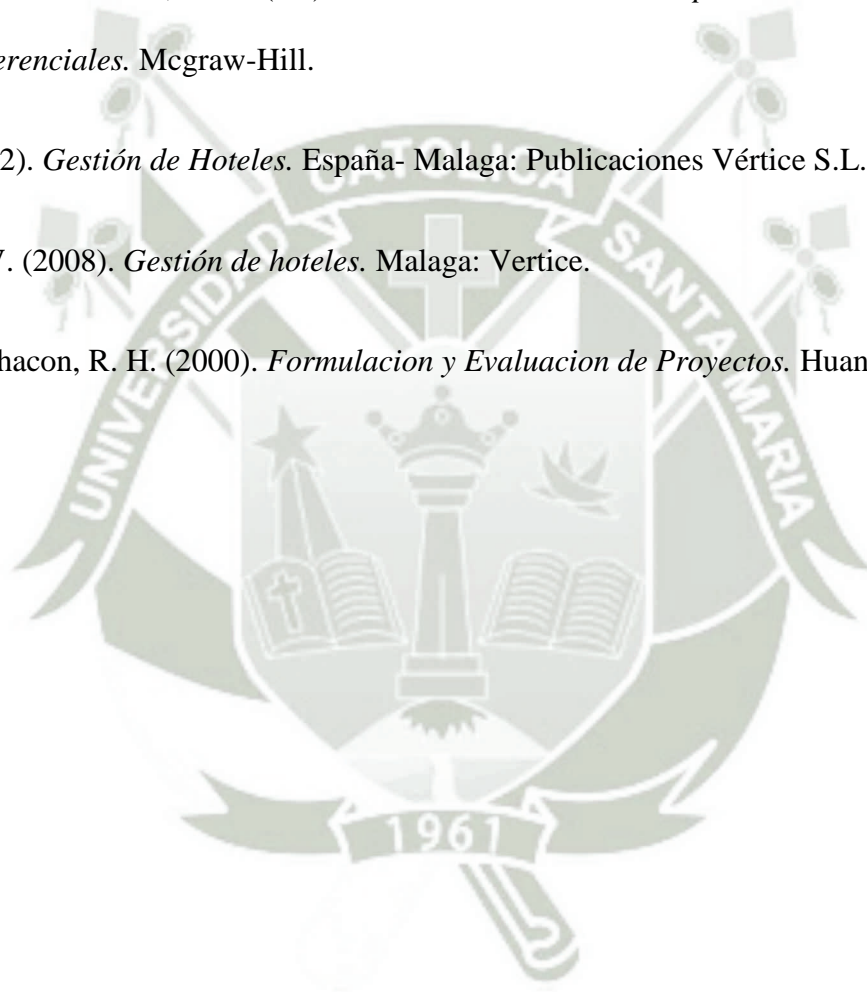
Ramírez, E., & Cajigas, M. (2004). *Proyectos de Inversión Competitivos*. Colombia: Feriva S.A.

ROBERTS F. MEIGS, B. M. (s.f.). *CONTABILIDAD: La base para decisiones gerenciales*. Mcgraw-Hill.

S.L. (2012). *Gestión de Hoteles*. España- Malaga: Publicaciones Vértice S.L.

S.L., P. V. (2008). *Gestión de hoteles*. Malaga: Vertice.

Suarez Chacon, R. H. (2000). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. Huancayo.



ANEXOS

ANEXO 1: Requisitos para clasificación como hostel

REQUISITOS MÍNIMOS	3***	2**	1*
Ingreso de huéspedes y del personal de servicio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Recepción	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Habitaciones (Número mínimo)	10	6	6
Habitación Simple (m ²) Doble (m ²)	11 m ² 14 m ²	9 m ² 12 m ²	8 m ² 11 m ²
Clóset o guardarropa (dentro de habitación)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicios Higiénicos (dentro de la habitación). Tipo	1 baño privado (con lavatorio, inodoro y ducha)	1 baño privado (con lavatorio, inodoro y ducha)	1 baño privado (con lavatorio, inodoro y ducha)
Área mínima (m ²) ¹¹	4 m ²	3 m ²	3 m ²
Servicios y equipos (para todas las habitaciones): Agua fría y caliente ¹²	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Sistemas de ventilación y/o de climatización ¹³	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Ascensores Ascensor de uso público	Obligatorio a partir de 4 plantas (excluyendo sótano y semi-sótano)	Obligatorio a partir de 4 plantas (excluyendo sótano y semi-sótano)	Obligatorio a partir de 4 plantas (excluyendo sótano y semi-sótano)
Servicios higiénicos de uso público ¹⁴	Obligatorio diferenciados por sexo	Obligatorio diferenciados por sexo	Obligatorio diferenciados por sexo
Servicio de Teléfono para uso público.	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicios básicos de emergencia Ambiente separado para equipo de almacenamiento de agua potable.	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Cafetería Cocina	Obligatorio Obligatorio	-	-

A. REQUISITOS MINIMOS DE INFRAESTRUCTURA

Deberán cumplir con el ANEXO 1 de la Norma Técnica A.30 Hospedaje del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones-RNE.¹

B. REQUISITOS MINIMOS DE EQUIPAMIENTO

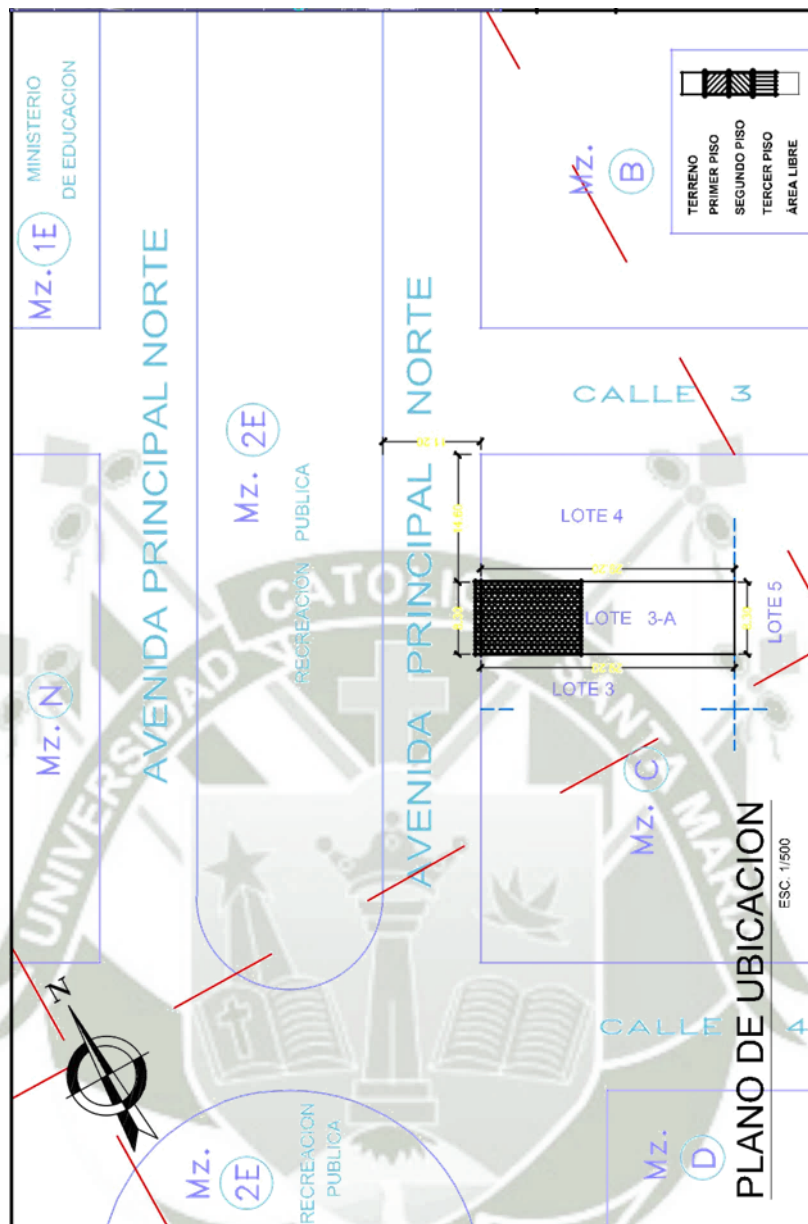
REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
Generales					
Custodia de valores (individual en la habitación o caja fuerte común)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Internet	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
En habitaciones					
Frigobar	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Televisor	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Teléfono con comunicación nacional e internacional	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

- En el caso de los requisitos de teléfono, televisor, internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el Hotel.

C. REQUISITOS MINIMOS DE SERVICIO

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
Generales					
Limpieza diaria de habitaciones y de todos los ambientes del Hotel	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de lavado y planchado (1)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Servicio de llamadas, mensajes internos y contratación de taxis	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Servicio de custodia de equipaje	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Primeros auxilios (2)	Obligatorio	Obligatorio	Botiquín	Botiquín	Botiquín
Habitaciones					
Atención en habitación (room service)	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Cambio regular de sábanas y toallas diario y cada cambio del huésped (3)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

ANEXO 2: Plano de ubicación



APÉNDICE

Apéndice 1: Cuestionario

CUESTIONARIO

Género: (F) (M)

Profesión:

Estado Civil:

1. ¿Se ha hospedado en algún hospedaje de Majes u otro lugar?
 - a) SI
 - b) NO
2. Según su punto de vista ¿si se abriría un hostel cerca al complejo la alameda siendo un lugar céntrico para el terminal y la plaza usted lo escogería?
 - a) Definitivamente si
 - b) Si
 - c) Definitivamente no
 - d) No
3. ¿La calidad de atención que recibió durante su estadía fue de su agrado?
 - a) Definitivamente si
 - b) Si
 - c) Definitivamente no
 - d) No
4. ¿Cuál es el tiempo de estadía aproximado en Majes?
 - a) Una noche
 - b) Dos noches
 - c) Tres noches
 - d) Más de tres noches

5. ¿Cuándo usted usa el servicio de alojamiento, qué clase de habitación pide?
 - a) Simple
 - b) Doble
 - c) Matrimonial
 - d) Triple o más camas
6. ¿Qué servicio adicional es primordial para usted con que deba contar un hostel?
 - a) Baño privado y agua caliente
 - b) Wi-fi y cable
 - c) Desayuno y servicio a la habitación
 - d) Cochera
7. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por una habitación en Majes que cuente con los servicios básicos en la habitación (baño privado, agua caliente, wi-fi y cable)?
 - a) S/. 25.00
 - b) S/.30.00
 - c) S/.35.00
 - d) S/.35.00 o más
8. ¿Cuál es el principal motivo para escoger un hospedaje?
 - a) Ubicación
 - b) Atención al cliente
 - c) Precio
 - d) Servicios (cochera y wi-fi)

9. ¿Qué tipo de promoción le agradecería a usted para un hostel?
- a) Acumulación de puntos
 - b) Descuento es su siguiente visita.
 - c) Entrar a un sorteo.
 - d) Regalos como llaveros, lapiceros.
10. ¿Qué mejoras le gustaría que tengan los hospedajes de Majes?
- a) Infraestructura
 - b) Atención al cliente
 - c) Espacio de la habitaciones
 - d) Servicios complementarios
11. ¿Cuál es el nombre en el hostel que se hospedó?
- a) Hotel plaza
 - b) Hotel Riviera
 - c) Hostal la alameda
 - d) Otro.....
12. ¿Cuáles son los medios para informarse sobre hospedajes en Majes?
- a) Internet
 - b) Llegando al lugar
 - c) Folletos, volantes
 - d) Recomendaciones

Apéndice 2: Factor para determinar el precio habitación simple

HABITACION SIMPLE				3100
Costo Directo Unitario				
Descripción	Costo	Factor	Total	
Rollos de papel higiénico	S/. 3,000.00	0.59	S/. 0.97	
Jaboncillo Barra	S/. 1,800.00	0.35	S/. 0.58	
Bolsas de basura	S/. 300.00	0.06	S/. 0.10	
Total Costo Directo Unitario	S/. 5,100.00	1	S/. 1.65	
Costo Indirecto Unitario				
Colchones plaza y media	S/. 3,200.00	0.28	S/. 1.03	
Colchones 2 plazas	S/. 2,160.00	0.19	S/. 0.70	
Frazadas 2 plazas	S/. 900.00	0.08	S/. 0.29	
Frazadas plaza y media	S/. 1,440.00	0.13	S/. 0.46	
Toallas	S/. 495.00	0.04	S/. 0.16	
Tachos de basura	S/. 280.00	0.02	S/. 0.09	
Insumos de limpieza	S/. 1,800.00	0.16	S/. 0.58	
Ambientadores	S/. 480.00	0.04	S/. 0.15	
Detergente lavandería	S/. 650.00	0.06	S/. 0.21	
Total Costo Indirecto Unitario	S/. 11,405.00	1.00	S/. 3.68	
Mano de Obra Directa				
Personal de Limpieza	S/. 10,713.60	1	S/. 1.94	
Total Mano de Obra Directa Unitaria	S/. 10,713.60	1	S/. 1.94	
COSTO TOTAL UNITARIO			S/. 7.26	

Nota: Se colocó todos los costos que se necesitan para ofrecer el servicio y se dividió para sacar un factor y sabes el costo unitario.

Apéndice 3: Precio habitación simple

Precio Unitario H. Simple	
Determinación de precio	
Costos Unitario	7.26
M.G	22.4
Valor de Venta	29.66
IGV 18%	5.34
Precio total	35.00

Nota: Precio con IGV incluido. El precio total es de acuerdo al mercado.

Apéndice 4: Factor para determinar el precio habitación doble

TOTAL DE SERVICIOS		5535	
HABITACION DOBLE		609	
Costo Directo Unitario			
Descripcion	Costo	Factor	Total
Rollos de papel higiénico	S/. 3,000.00	0.59	S/. 4.93
Jaboncillo Barra	S/. 1,800.00	0.35	S/. 2.96
Bolsas de basura	S/. 300.00	0.06	S/. 0.49
Total Costo Directo Unitario	S/. 5,100.00	1.00	S/. 8.38
Costo Indirecto Unitario			
colchones plaza y media	S/. 3,200.00	0.28	S/. 5.26
Colchones 2 plazas	S/. 2,160.00	0.19	S/. 3.55
Frazadas 2 plazas	S/. 900.00	0.08	S/. 1.48
Frazadas plaza y media	S/. 1,440.00	0.13	S/. 2.36
Toallas	S/. 495.00	0.04	S/. 0.81
Tachos de basura	S/. 280.00	0.02	S/. 0.46
Insumos de limpieza	S/. 1,800.00	0.16	S/. 2.96
Ambientadores	S/. 480.00	0.04	S/. 0.79
Detergente lavandería	S/. 650.00	0.06	S/. 1.07
Total Costo Indirecto Unitario	S/. 11,405.00	1.00	S/. 18.73
Mano de Obra Directa			
Personal de Limpieza	S/. 10,713.60	1	S/. 1.94
Total Mano de Obra Directa Unitaria	S/. 10,713.60	1	S/. 1.94
COSTO TOTAL UNITARIO			S/. 29.04

Nota: Se colocó todos los costos que se necesitan para ofrecer el servicio y se dividió para sacar un factor y saber el costo unitario.

Apéndice 5: Precio habitación doble

Precio Unitario Habitación Doble	
Determinación de precio	
Costos Unitario	29.04
M.G	21.81
Valor de Venta	50.85
IGV 18%	9.15
Precio total	60.00

Nota: Precio con IGV incluido. El precio total es de acuerdo al mercado.

Apéndice 6: Factor para determinar el precio habitación matrimonial

TOTAL DE SERVICIOS		5535	
HABITACION MATRIMONIAL		1827	
Costo Directo Unitario			
Descripción	Costo	Factor	Total
Rollos de papel higiénico	S/. 3,000.00	0.59	S/. 1.64
Jaboncillo Barra	S/. 1,800.00	0.35	S/. 0.99
Bolsas de basura	S/. 300.00	0.06	S/. 0.16
Total Costo Directo Unitario	S/. 5,100.00	1.00	S/. 2.79
Costo Indirecto Unitario			
Colchones plaza y media	S/. 3,200.00	0.28	S/. 1.75
Colchones 2 plazas	S/. 2,160.00	0.19	S/. 1.18
Frazadas 2 plazas	S/. 900.00	0.08	S/. 0.49
Frazadas plaza y media	S/. 1,440.00	0.13	S/. 0.79
Toallas	S/. 495.00	0.04	S/. 0.27
Tachos de basura	S/. 280.00	0.02	S/. 0.15
Insumos de limpieza	S/. 1,800.00	0.16	S/. 0.99
Ambientadores	S/. 480.00	0.04	S/. 0.26
Detergente lavandería	S/. 650.00	0.06	S/. 0.36
Total Costo Indirecto Unitario	S/. 11,405.00	1.00	S/. 6.24
Mano de Obra Directa			
Personal de Limpieza	S/. 10,713.60	1	S/. 1.94
Total Mano de Obra Directa Unitaria	S/. 10,713.60	1	S/. 1.94
COSTO TOTAL UNITARIO			S/. 10.97

Nota: Se colocó todos los costos que se necesitan para ofrecer el servicio y se dividió para sacar un factor y saber el costo unitario.

Apéndice 7: Precio habitación matrimonial

Precio Unitario Habitación Matrimonial	
Determinación de precio	
Costos Unitario	10.97
M.G	31.40
Valor de Venta	42.37
IGV 18%	7.63
Precio total	50.00

Nota: Precio con IGV incluido. El precio total es de acuerdo al mercado.

Apéndice 8: Gasto mantenimiento

RUBROS	INVERSION	% ANUAL	TOTAL
Equipos, Maquinarias y Accesorios	14,045.00	3.00%	421.35
Mobiliario y Equipo de Oficina	14,165.00	3.00%	424.95
TOTAL	28,210.00		846.30

Nota: Gastos de mantenimiento de la maquinaria se le coloco un porcentaje anual del 3%.

Apéndice 9: Prorratio de gasto mantenimiento

Prorratio del gasto anual de mantenimiento		
Servicio	62.5%	528.94
Administración	25.0%	211.58
Ventas	12.5%	105.79
TOTAL	100.0%	846.30

Nota: Con una repartición se definió el porcentaje anual de mantenimiento.

Apéndice 10: Gasto agua- gastos indirectos

GASTO EN CONSUMO DE AGUA			
AÑOS	REQUERIM, M3	PRECIO M3. (S/.)	TOTAL (S/.)
1	250.00	1.14	285.00
2	250.00	1.14	285.00
3	250.00	1.14	285.00
4	250.00	1.14	285.00
5	250.00	1.14	285.00

Nota: Gasto de agua mensual para los gastos indirectos sin contar con gastos administrativos.

Apéndice 11: Gasto vestuario y seguridad

Gasto anual en vestuario, implementación y seguridad				
RUBROS	UNIDAD	PRECIO		GASTO
		UNITARIO	CANT.	ANUAL
Uniformes de Trabajo	Pza.	25.00	27.00	675.00
Guantes	Pza.	3.50	12.00	42.00
TOTALES				717.00

Nota: Se mandara hacer 27 polos para todo el personal y tenerlo en stock por todo el año y 12 pares de guantes para que sean usado uno por mes.

Apéndice 12: Gasto agua-gastos administrativos

Gasto anual en consumo de agua-gastos administrativos			
AÑOS	CONSUMO	P. UNITARIO	TOTAL
	(S/)	(S/)	(S/)
1	10.0	1.1	11.4
2	10.0	1.1	11.4
3	10.0	1.1	11.4
4	10.0	1.1	11.4
5	10.0	1.1	11.4

Nota: Gasto de agua solo para el sector de administración.

Apéndice 13: Gasto energía eléctrica-administración

Gasto anual en consumo de energía eléctrica administración			
AÑOS	CONSUMO	P. UNITARIO	TOTAL
	(KW - h)	(S/)	(S/)
1	100.0	0.15	15.0
2	100.0	0.15	15.0
3	100.0	0.15	15.0
4	100.0	0.15	15.0
5	100.0	0.15	15.0

Nota: Gasto de energía eléctrica para el sector de administración.

Apéndice 14: Gasto energía eléctrica-servicio

GASTO ANUAL EN CONSUMO DE ENERGIA ELECTRICA SERVICIO			
AÑOS	CONSUMO	P. UNITARIO	TOTAL
	(KW - h)	(S/)	(S/)
1	1000.0	0.15	150.0
2	1000.0	0.15	150.0
3	1000.0	0.15	150.0
4	1000.0	0.15	150.0
5	1000.0	0.15	150.0

Nota: Gasto para consumo de energía eléctrica sin contar el sector de administración.

Apéndice 15: Gasto comunicaciones

GASTO EN COMUNICACIONES	
Número de Teléfonos	1
Tarifa Mensual Promedio teléfono e internet	135
Gasto Anual	1,620.00

Nota: Gasto de teléfono e internet para el hospedaje.

Apéndice 16: Gasto útiles escritorio y papelería

GASTO ANUAL DE ÚTILES DE ESCRITORIO Y PAPELERÍA	
Costo Mensual.	40
Gasto Anual	480

Nota: Gastos de útiles de escritorio y papelería en general para todo el hospedaje.

Apéndice 17: Gasto alquiler

GASTO ANUAL DE ALQUILERES	
Alquiler Mensual	3000
Gasto Anual	36,000.00

Nota: Gasto mensual del alquiler del establecimiento.

Apéndice 18: Gasto promoción y publicidad

GASTO ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	
Gasto Mensual	150
Gasto Anual	1,800

Nota: Gasto promedio de publicidad en redes sociales y tarjetas de presentación del hospedaje.

Apéndice 19: Gasto merchandising

GASTO ANUAL DE MERCHANDISING	
Gasto Mensual	100
Gasto Anual	1,200

Nota: Gasto merchandising (lapiceros o llaveros)

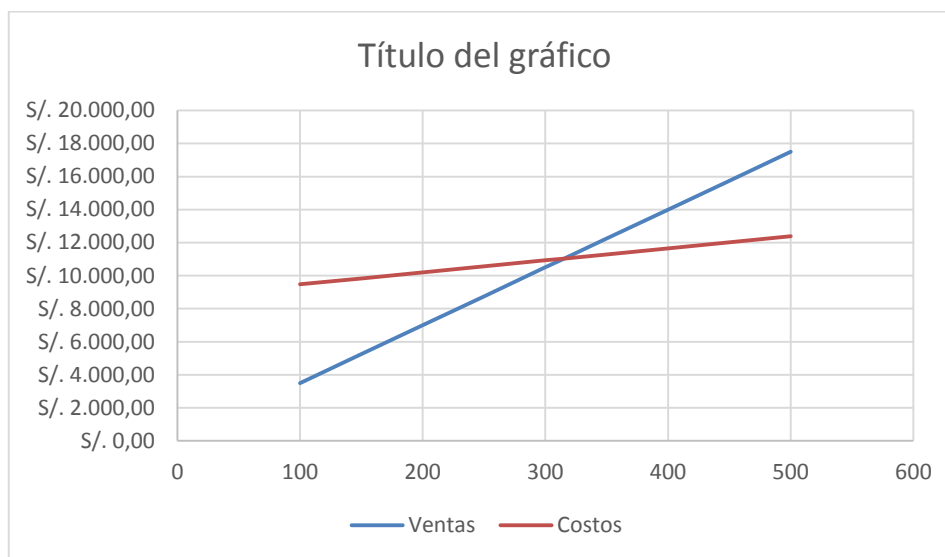
Apéndice 20: Punto de equilibrio H. simple

Punto de Equilibrio	
Costos Fijos	8749.35
Precio	35.00
Costos Variables Unitarios	7.26
P.E	315

Comprobación Utilidad	
Costos Fijos	8749.35
Precio	35.00
Costos Variables Unitarios	7.26
P.E	315
Utilidades	S/. 0.00

Nota: Se muestra el punto de equilibrio para las habitaciones simples.

Apéndice 21: Gráfica de punto de equilibrio H. simple



Nota: Gráfica del punto de equilibrio para la habitación simple

Apéndice 22: Punto de equilibrio H. doble

Punto de Equilibrio	
Costos Fijos	1917.97
Precio	60.00
Costos Variables Unitarios	29.04
P.E	62
Comprobación Utilidad	
Costos Fijos	1917.97
Precio	60.00
Costos Variables Unitarios	29.04
P.E	62
Utilidades	S/. 0.00

Nota: Punto de equilibrio para habitación doble.

Apéndice 23: Gráfica punto de equilibrio H. doble



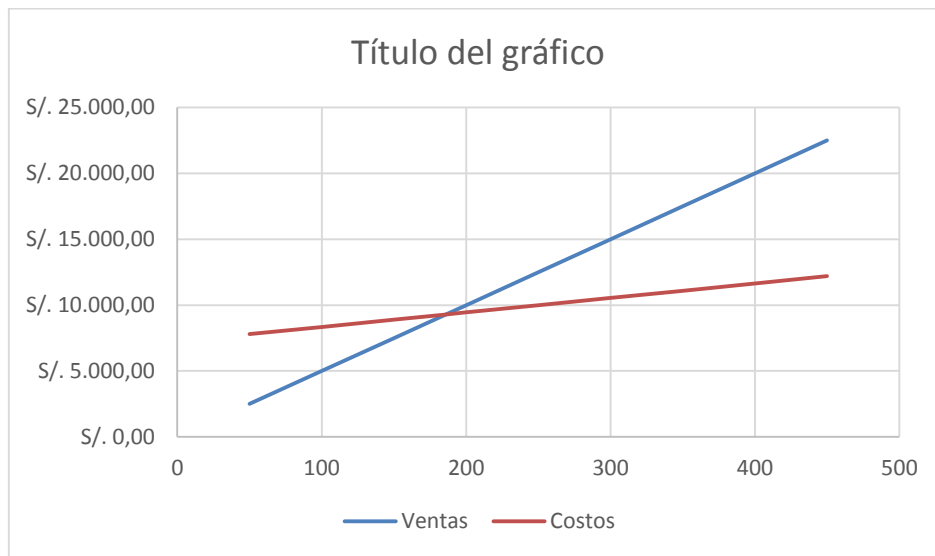
Nota: Gráfica del punto de equilibrio para habitación doble

Apéndice 24: Punto de equilibrio H. matrimonial

Punto de Equilibrio	
Costos Fijos	7254.07
Precio	50.00
Costos Variables Unitarios	10.97
P.E	186
Comprobación Utilidad	
Costos Fijos	7254.07
Precio	50.00
Costos Variables Unitarios	10.97
P.E	186
Utilidades	S/. 0.00

Nota: Punto de equilibrio para habitación matrimonial.

Apéndice 25: Gráfica punto de equilibrio H. matrimonial

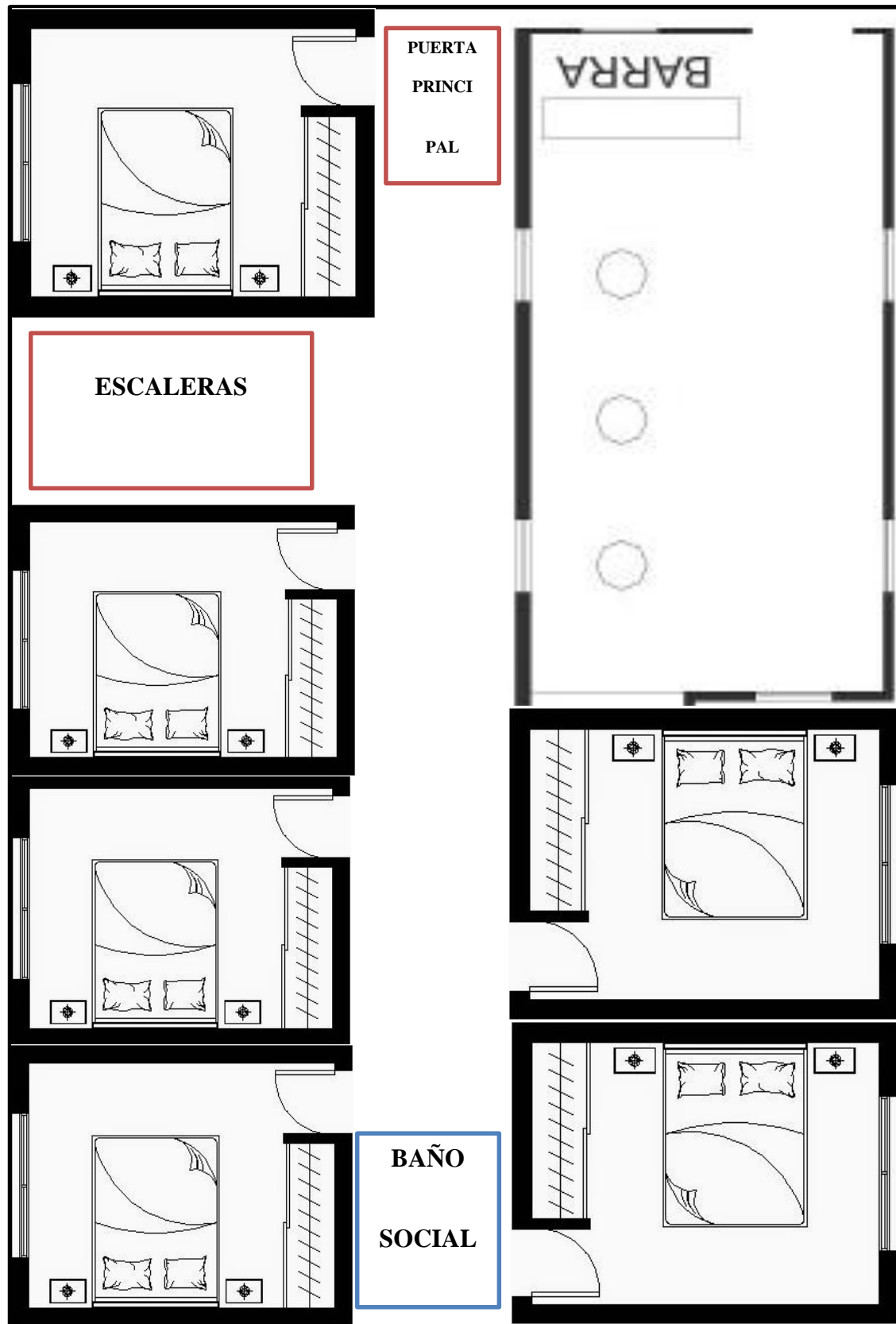


Nota: Gráfica del punto de equilibrio para habitación matrimonial

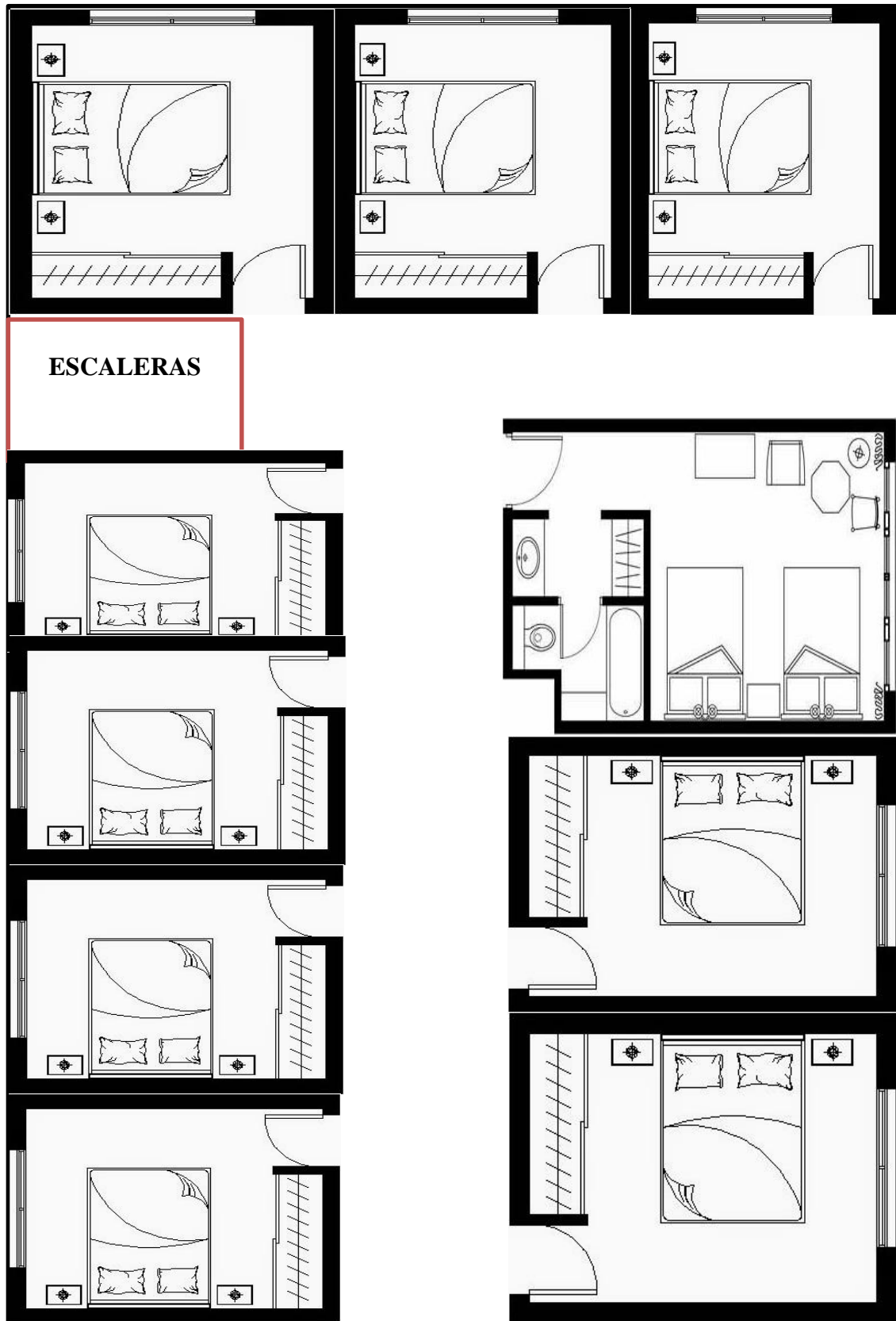


Apéndice 26: Planos del hostel.

PRIMER PISO



SEGUNDO PISO



TERCER PISO

