

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA
DE AMAZONAS**



**CARRERA PROFESIONAL DE TURISMO Y
ADMINISTRACIÓN**

**INFORME DE EXÁMEN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PLAN DE NEGOCIO**

**CREACIÓN DE UN CENTRO RECREATIVO TURISTICO
"PUMA CENTER" EN LA LOCALIDAD DE POMACOCHAS,
PROVINCIA DE BONGARA - AMAZONAS**

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA
EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

Bach. YURI ANDREW, PELAÉZ POCLÍN

JURADO:

CPC. CARLOS ALBERTO HINOJOSA SALAZAR (Presidente)

Lic. ERICK MARTOS COLLAZOS SILVA (Secretario)

Mg. Lic. SONIA PORTOCARRERO GUBIN (Vocal)



27 MAY 2015

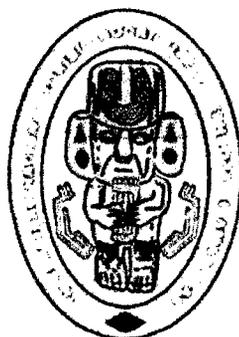
CHACHAPOYAS - PERÚ

2014

**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE
AMAZONAS**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y ADMINISTRACIÓN



PLAN DE NEGOCIO

**CREACIÓN DE UN CENTRO RECREATIVO TURISTICO
“PUMA CENTER” EN LA LOCALIDAD DE POMACOCHAS,
PROVINCIA DE BONGARA-AMAZONAS**

NOMBRE DEL AUTOR

BACH. PELÁEZ POCLÍN YURI ANDREW

CHACHAPOYAS-PERÚ

2014



27 MAY 2015

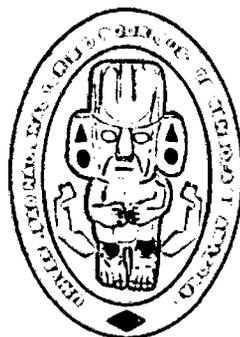
UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE
AMAZONAS**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y ADMINISTRACIÓN



PLAN DE NEGOCIO

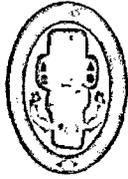
**CREACIÓN DE UN CENTRO RECREATIVO TURISTICO
“PUMA CENTER” EN LA LOCALIDAD DE POMACOCHAS,
PROVINCIA DE BONGARA-AMAZONAS**

NOMBRE DEL AUTOR

BACH. PELÁEZ POCLÍN YURI ANDREW

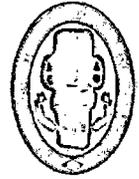
CHACHAPOYAS-PERÚ

2014



UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

Ley de Creación N° 27347- Res. Función. N° 114-2001- CONAFU



AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE
AMAZONAS**

RECTOR

PhD. Dr. Hab. VICENTE MARINO CASTAÑEDA CHÁVEZ

VICERECTOR ACADÉMICO

Dr. JOSÉ ROBERTO NERVI CHACÓN

VICERECTOR ADMINISTRATIVO

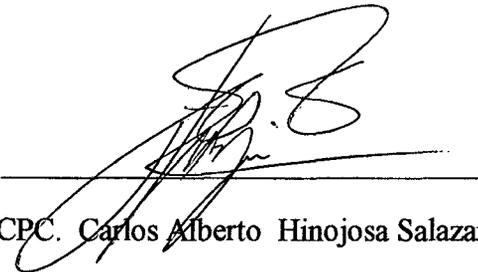
Dr. EVER SALOME LÁZARO BAZÁN

DECANO

Abg. BARTON GERVASI SAJAMI LUNA

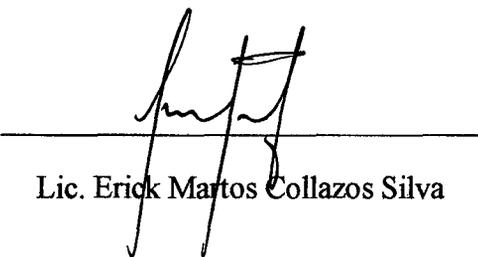
JURADO CALIFICADOR

PRESIDENTE



CPC. Carlos Alberto Hinojosa Salazar

SECRETARIO



Lic. Erick Martos Collazos Silva

VOCAL



Mg. Lic. Sonia Portocarrero Guibin

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme un día más de vida, a mi madre por el sacrificio al darme la educación, a mis hermanos por el apoyo incondicional porque me han enseñado que en la vida nada es fácil, que con esfuerzo y constancia siempre se puede todo lo que se propone ahora y en el futuro.

Contenido	
RESUMEN EJECUTIVO	9
CAPITULO I	10
IDEA DEL NEGOCIO	10
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD INSATISFECHA	10
1.2. PRODUCTO/SERVICIO A OFRECER.....	10
1.3. MERCADO OBJETIVO	11
1.4. OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL ENTORNO	11
1.5. FORTALEZA Y DEBILIDAD DE LOS PROMOTORES	12
1.5.2. DEBILIDADES.....	12
CAPITULO II:.....	13
ANÁLISIS DEL ENTORNO	13
2.1. MACROAMBIENTE	13
2.2. MICROAMBIENTE.....	14
CAPITULO III:	15
ANALISIS DEL MERCADO	15
3.1. OBJETIVO.....	15
3.2. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION, SONDEO, ESTUDIO.	15
3.3. FUENTES DE INFORMACION	15
3.4. FICHA TECNICA METOLOGICO.....	15
3.5. RESULTADOS	16
3.6. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACION	16
3.7. ESTIMACION DE LA DEMANDA.....	16
CAPITULO IV.	17
PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	17
4.1. ANALISIS FODA.....	17
4.2. VISIÓN Y MISIÓN.....	17
4.3. OBJETIVOS ORGANIZACIONALES ESTRATÉGICOS	18
4.4. ESTRATEGIA DE NEGOCIO Y A NIVEL EMPRESARIAL	18
4.5. FUENTES DE LA VENTAJA COMPETITIVA	18
4.6. ALIANZAS ESTRATÉGICAS Y SU VALOR PARA LA EMPRESA	18
CAPITULO V.....	19
PLAN DE MERCADO TECNIA	19
5.1. MERCADO OBJETIVO O MERCADO META	19
5.2. OBJETIVOS DE MERCADOTECNIA	19
5.3. ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA	19
5.4. MEZCLA DE MERCADOTECNIAS	20
CAPITULO VI.	22

PLAN DE OPERACIONES.....	22
6.1. OBJETIVOS: CALIDAD.....	22
6.2. ESTRATEGIAS DE OPERACIONES: CALIDAD, COSTOS, LOCACIÓN, PROCESOS, DISTRIBUCIÓN DE PLANTA, INVENTARIOS, RECURSOS HUMANOS. 22	
6.3. DISEÑO DEL PRODUCTO.....	23
6.4. PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.....	24
6.5. DISEÑO DE INSTALACIONES.....	24
6.6. ACTIVIDADES PRE OPERATIVAS: GANTT.....	24
CAPITULO VII:.....	25
PLANIFICACIÓN DE RECURSOS HUMANOS.....	25
7.1. RECLUTAMIENTO.....	25
7.2. SELECCIÓN.....	25
7.3. CONTRATACIÓN.....	26
7.4. INDUCCIÓN.....	26
7.5. CAPACITACIÓN Y DESARROLLO.....	26
7.7. COMPENSACIONES.....	27
7.8. MOTIVACIÓN.....	27
7.9. SISTEMA DE REMUNERACIONES.....	27
CAPITULO VIII:.....	29
IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL.....	29
8.1. IMPACTOS SOCIALES: INTERNOS Y EXTERNOS.....	29
8.2. IMPACTOS AMBIENTALES.....	29
CAPITULO IX.....	30
PLAN CONTABLE Y FINANCIERO.....	30
9.1 ASPECTOS LEGALES Y TRIBUTARIOS.....	30
9.2 OBJETIVOS FINANCIEROS.....	30
9.3 POLITICAS DE CONTABILIDAD Y FINANZAS.....	30
9.4 ESTRUCTURA DE PRESUPUESTO GENERAL.....	30
9.5 ESTRUCTURA DE INVERSION- FUENTES DE LA INVERSION.....	33
9.6 INGRESOS.....	39
9.7 EGRESOS.....	42
9.8 COSTOS PROYECTADOS.....	45
9.9 PROYECCION DEL ESTADO DE RESULTADOS.....	46
9.10 FLUJO DE EFECTIVO.....	47
9.11 EVALUACIÓN FINANCIERA.....	48
CAPITULO X.....	49
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	49

BIBLIOGRAFIA50
ANEXOS.....51

RESUMEN EJECUTIVO

Dentro de la gran oferta turística de nuestra región está la laguna de Pomacochas, recurso turístico importante para la región Amazonas y potencial eje de desarrollo para las localidades, partiendo de la iniciativa por desarrollar la actividad turística en la localidad he propuesto la creación de un **Centro de Recreación Turístico “Puma Center”**, las cuales brindaran servicios únicos en la región como son paseos en lachas, canotaje y paseo en motonáutica, complementario a ello se contara con instalaciones adecuadas para el desarrollo de diferentes actividades deportivas como son Fútbol, vóley, natación e incluye juegos infantiles sin dejar de mencionar la presencia de un área de cafetín, bar y restaurantes en la zona de Bungalows.

El trabajo de esta empresa turística debe ser producto del esfuerzo de un conjunto de personas que desempeñan diferentes roles y realizan distintas tareas. Este conjunto de personas participan activamente desde el principio en la formulación, idea y planificación de las acciones a seguir. Todo ello orientado a generar un servicio de calidad, eficiencia, eficacia, seguridad y confianza; el objetivo primordial es el recuperar la inversión en el menor tiempo posible, sin olvidar la calidad del servicio ofrecido a un costo razonable para el mercado.

La inversión que se ha calculado es la suma de S/. 271610.22 Nuevos Soles que incluye la construcción del local, instalación y equipamiento, la cual será financiada en 59.35% por parte de los accionistas y 40.65% con endeudamiento por parte de entidades financieras.

Se ha determinado que el VAN es de S/. 786768.96 y un TIR de 64.93% en un periodo de recuperación de 5 años y 6 meses.

CAPITULO I.

IDEA DEL NEGOCIO

1.1.DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD INSATISFECHA

El distrito de Florida – Pomacochas, enfrenta una grave crisis en cuanto a servicios turísticos se refiere, entre las múltiples desventajas está la de no prestar adecuados servicios de hospedaje, alimentación, recreación y garantizar la permanencia con calidad y confort a los visitantes nacionales y extranjeros que deseen permanecer algún tiempo maravillándose del espectáculo que brinda la Laguna de Pomacochas.

En los últimos años, la actividad turística y agroindustrial en este distrito va en crecimiento, situación que hace advertir que la población no está preparada para poder brindar los servicios de atención al cliente en cuanto a actividad turística se refiere, obligando así que los visitantes se abstengan de referir como destino a este atractivo turístico; además de limitar la permanencia por más tiempo en esta localidad.

Es así que surge la idea de la construcción de un centro recreativo que cuente con los servicios de recreación tales como el deporte, la natación, paseo en bote o canotaje que se pueden realizar a las orillas de la laguna de Pomacochas, además se ofrecerá servicios de alimentación y complementario a estas se ofrecerá hospedajes para aquellas personas que buscan pasar la noche en un lugar con entorno natural.

1.2.PRODUCTO/SERVICIO A OFRECER

Los servicios a ofrecer serán las propias a un centro recreativo que contara con piscinas tanto para adultos como para niños, juegos infantiles, campo deportivo de vóley y fútbol, área cafetín y de bar, , además complementario a estos servicios se ofrecerán paseos en bote, y canotaje; todos estos servicios serán ofrecidos con todos los estándares de calidad y seguridad, contando con personal calificado para cada una de la áreas correspondientes, para satisfacer las necesidades que los demandantes requieran, se pretende recuperar la inversión en un lapso de 5 años y 6 meses.

1.3.MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo a ofrecer el servicio es a todos los visitantes que llegan al puerto de la laguna de Pomacochas, así como las llegadas que se efectúan en las diferentes fechas festivas tales como navidad y año nuevo, fiestas patronales, fiestas patrias. Para esto se realizó una estimación de los visitantes.

1.4.OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL ENTORNO

1.4.1. OPORTUNIDADES

- ❖ En la localidad de Pomacochas no existen centros recreativos que se dediquen a brindar todos los servicios de calidad.
- ❖ El crecimiento de la llegada de los visitantes a la laguna de Pomacochas.
- ❖ El crecimiento de la llegada de visitantes y familiares en fechas festivas.
- ❖ Establecer vínculos con el sector público y privado así mismo con la Asociación de Turismo Tiapollo (ASTURT)
- ❖ Presencia de la Carretera Fernando Belaunde Terry que une los puntos hacia la costa y la selva.
- ❖ La necesidad de las personas por recrearse y de pasar un buen rato en familia en un lugar sano y del cual se puede realizar diversas actividades.
- ❖ Inversión por parte del estado en capacitaciones para el mejoramiento de los servicios turísticos.

1.4.2. AMENAZAS

- ❖ La creación de nuevas empresas relacionadas al rubro.
- ❖ Fenómenos naturales como lluvias y vientos fuertes que provoquen que las aguas se tornen caudalosas.
- ❖ Inestabilidad política que perjudiquen el sector económico.
- ❖ Incendios forestales que degraden toda la orilla de la laguna.
- ❖ Poco ingreso económico de las personas lugareñas.

1.5.FORTALEZA Y DEBILIDAD DE LOS PROMOTORES

1.5.1. FORTALEZA

- ❖ Contar con personal relacionado y con experiencia en el manejo del negocio.
- ❖ Capacidad de afrontar nuevos cambios y adaptarse a ellos.
- ❖ El escenario donde se realizan actividades son las idóneas.

1.5.2. DEBILIDADES

- ❖ Ser una empresa nueva en este campo dentro de la localidad y no tener mucha acogida.
- ❖ Falta de señalización.
- ❖ Poca promoción turística del sector.
- ❖ Débil comunicación y organización entre los agentes involucrados en la actividad turística.
- ❖ La empresa necesita de capital para iniciar sus actividades.

CAPITULO II:

ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1. MACROAMBIENTE

2.1.1. Aspecto Legales

La Municipalidad Distrital de Florida otorga licencias de Funcionamiento para esta clase de negocios, siempre y cuando se cuente con las condiciones necesarias de salubridad, seguridad, Certificación por parte de Defensa Civil y Autorización brindada por la Autoridad Regional del Agua, así como el apoyo y colaboración de la Comunidad Campesina de Pomacochas, ya que se el negocio realizara utilizando como recurso a la laguna de Pomacochas.

2.1.2. Aspectos Económico

En Pomacochas no existen empresas que se dediquen exclusivamente a esta clase de servicios completos, al crearse el negocio se generar expectativas de desarrollo económico tanto otra empresas como en la vida misma de los pobladores.

2.1.3. Aspectos Tecnológicos

Durante los últimos años en Pomacochas la tecnología ha ido abarcando parte del territorio con la llegada de las telecomunicaciones desde el año 2009. Esto indica que la tecnología se puede adaptar rápidamente en la vida de los pobladores, para eso se pretende ofrecer el servicio con todos equipos tecnológicos actuales que permita la calidad del servicio.

2.1.4. Aspectos Demográficos

Al 2013 la población en el distrito de Florida es de 7786 habitantes lo cual es un buen indicador que demuestra que la población está aumentando porcentualmente, indicando que existe una gran demanda que puede hacer uso de los servicios ofrecidos.

2.1.5. Aspectos Socioculturales

Pomacochas no cuenta con recursos o atractivos numerosos, su único icono de venta turística es la laguna, pero presenta una riqueza cultural que se refiere a sus costumbres y tradiciones recurso por explotar capaz de generar atracción y de esta manera generara ingresos económicos mejorando la calidad de vida de los habitantes.

2.2.MICROAMBIENTE

2.2.1. Poder de los compradores

Por naturaleza humana la necesidad de recreación y ocio está presente en la vida de las personas, es por eso que al crearse este centro de recreación las personas harán uso de el de forma gradual, los costos por cada servicio será de acuerdo a los requerimientos del cliente. No se utilizaran costos altos para no generar insatisfacción y generar pérdidas innecesarias.

2.2.2. Poder de los proveedores

Al implementarse el área de restaurantes los proveedores son un punto importante para implementar esta área con los insumos necesarios, para ello se terminaron los costos en base a información de las principales centros de venta de dichos productos.

2.2.3. Amenaza de posibles Nuevos participantes

Como en todo negocio la amenaza de la participación de nuevas empresas siempre está presente, generando que los precios establecidos varíen según lo determine el mercado.

2.2.4. Amenaza de Bienes o Servicios Sustitutos.

El tipo de servicio manifiesta que puede existir servicios complementarios que reduzcan el interés por la visita y recreación de los consumidores, como la aparición de nuevos centros con más y mejores ofertas.

CAPITULO III:

ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1. OBJETIVO

Comercializar servicios de actividades de recreación deportes de calidad, organizados y orientados por profesionales en el área, dirigidos a todos los turistas que visiten el centro recreativo, buscando satisfacer las necesidades de esparcimiento del tiempo libre de los usuarios.

3.2.HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION, SONDEO, ESTUDIO.

La existencia de un centro de recreación en la localidad de Pomacochas, mejorara la calidad de vida de las personas y aumentara el número de visitas en el lago, de tal manera que los ingresos económicos sean rentables para la empresa.

3.3.FUENTES DE INFORMACION

Fuentes Secundarias.

- ✓ Información del Instituto Nacional de Estadística
- ✓ Información de la Municipalidad Distrital de Florida.
- ✓ Información de proyectos y estudios de inversión realizados por el Ministerio de Construcción y Saneamiento

Fuentes de información primaria

- ✓ Aplicación de Encuesta de opinión realizada en el mes de junio del 2014 en el Puerto de la laguna de Pomacochas.

3.4.FICHA TÉCNICA METODOLÓGICO

La encuesta de investigación aplicada a 50 turistas nacionales y regionales que visitan la laguna de Pomacochas durante el mes de Junio. La muestra determino de acuerdo a los siguientes criterios.

- Encuesta a los visitantes que llegaron a la laguna de Pomacochas durante el mes de Junio del 2014.

3.5.RESULTADOS

- Los visitantes que llegaron a la laguna de Pomacochas son mayormente del sexo masculino ocupando un 58% y el sexo femenino del 42%.
- El 88% indica que visita la laguna con fines de recreación y quien disfrutar de un paseo en lancha.
- El 90% indica que desea que exista otro centro de recreación en el cual se desarrollen más y mejores actividades.
- El 28% asegura que le gustaría realizar canotaje.
- El 35% indica que le gustaría realizar un paseo en motonáutica.
- El 37% indica que le gustaría realizar un paseo en lancha.
- El 98% considera que la ubicación del centro recreativo es la perfecta para realizar este tipo de actividades.

3.6.CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Según los resultados se demuestra que los visitantes si desean que exista un centro de recreación donde se ofrezcan servicios nuevos, y puedan realizar otras actividades como deporte, natación, etc. Se determinó que las personas consideran propicia la ubicación del negocio ya que se tiene fácil acceso a la laguna y se encuentra ubicado en lugar tranquilo el cual es propicio para pasar momentos agradables.

3.7.ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA

Al no existir datos de llegadas de visitantes de la laguna de Pomacochas durante los años anteriores se consideró necesaria la información recopilada por la Dirección de Comercio Exterior y Turismo de Amazonas respecto a los visitantes que llegaron a la provincia de Bongará desde el año 2010 tomando como base el año 2006. En el cual se demuestra la estimación de visitantes para provincia

VISITANTES PROYECTADOS

		Años									
		2006 - 2019									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
AÑO	2006	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
VISIT.	4615	5327	5521	5723	5931	6148	6372	6605	6846	7096	7355

Fuente: *Director Amazonas – visitantes prov. Bongará*

CAPITULO IV.

PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

4.1. ANÁLISIS FODA

Estrategia FO

Buscar inversionistas a partir de la presentación del actual plan de negocio, exponiendo las condiciones benéficas para el desarrollo del negocio, identificando los puntos clave como es la ubicación, contar con personal calificado, etc.

Estrategia FA

Agregar valor significativo a los servicios tales, servicio postventa, servicio de refrigerio entre otros, así mismo ante las causales climatológicas buscar instalaciones cubiertas y programas actividades en horarios donde la lluvia no sea habitual.

Estrategia DO

Contar con personal sumamente calificado para la atención al público así como participar en diferentes talleres de atención al público para la mejora y calidad del servicio.

Estrategia DA

Integrar de manera oportuna a los clientes hacia con la empresa de tal manera que se logre su fidelización por el servicio ofrecido y este así mismo sea el portavoz de hacer publicidad para captar más y nuevos clientes ante la amenaza de nuevas empresas que quieran establecerse en el mercado.

4.2. VISIÓN Y MISIÓN

VISIÓN

Ser en 5 años una de las mejores opciones de entretenimiento y recreación de la región, brindando la mejor atención, seguridad y servicio en nuestro centro de entretenimiento.

MISIÓN

Prestar el mejor servicio para el entretenimiento, recreación y diversión a nuestros clientes

4.3.OBJETIVOS ORGANIZACIONALES ESTRATÉGICOS

- **Objetivo a Corto Plazo:** atender a un 50 % de la demanda establecida.
- **Objetivo a Mediano Plazo:** vender programas turísticos adicionales.
- **Objetivo a Largo Plazo:** Ser la empresa única empresa líder en el mercado que ofrezca servicios de recreación y servicios complementarios a su vez.

4.4.ESTRATEGIA DE NEGOCIO Y A NIVEL EMPRESARIAL

Con calidad de servicio, con oferta diversificada para el entretenimiento de las personas y con equipo altamente seguro con la mejor tecnología garantizar el bienestar del cliente, esto a su vez en una infraestructura que garantice la rapidez y oportunidad del servicio.

4.5.FUENTES DE LA VENTAJA COMPETITIVA

- Ofrecer un servicio de buena calidad y al menor tiempo posible.
- Precios razonables de acuerdo a la calidad del servicio.
- Personal altamente calificado para atender las necesidades del cliente
- Ofrecer distintos tipos de recreación desde piscinas, natación, paseo en lancha, canotaje, pesca, motonáutica, deporte, juegos infantiles, etc.

4.6.ALIANZAS ESTRATÉGICAS Y SU VALOR PARA LA EMPRESA

- Realizar contrato con agencias de viajes regionales como nacionales para establecer un contacto directo con visitantes.
- Convenios con Universidades para integrar a la empresa nuevos talentos, en forma de practicantes los cuales serán remunerados.
- Convenios con entidades públicas para que realicen actividades como ferias, fiestas u otros.
- Convenio con la asociación de Turismo para que facilite al turista la visita al centro recreativo.
- Efectuar negociaciones que conduzcan a la obtención de al menos 3 sedes representativas en diferentes lugares de la región o el Perú con el fin de Expandir la oferta.

CAPITULO V.

PLAN DE MERCADOTECNIA

5.1.MERCADO OBJETIVO O MERCADO META

El mercado objetivo al cual se desea llegar es a todos los habitantes y visitantes que llegan a la localidad de Pomacochas, teniendo como un estimado dentro de un mes a 100 personas y durante todo el año un total de 1500 personas.

5.2.OBJETIVOS DE MERCADOTECNIA

- 5.2.1. **Ventas:** como en todo negocio las ventas constituyen el factor de éxito o fracaso de un este, es por eso que se pretende alcanzar un crecimiento de 10% de un año a otro.
- 5.2.2. **Participación:** con el transcurso de los años la empresa constituirá un crecimiento en sus ventas del 60% durante el tercer año.
- 5.2.3. **Fidelización:** otro tema potencial es la alianza que tienen los clientes con la empresa es por eso que la meta de clientes fieles será de un 80%.

5.3.ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA

Nuestra estrategia está basada en la diferenciación del servicio. Esta estrategia se sustenta en 3 aspectos fundamentales del negocio, a.

- ✓ Innovación superior.
- ✓ Eficiencia superior
- ✓ Calidad del servicio.

Nuestra tecnología es altamente innovadora y constituye la única dentro de la región esto será valorado por los clientes ya que posiblemente nunca probaron esta experiencia. La eficiencia pasa por la capacidad de responder de manera oportuna a los clientes y la mediremos con encuestas de satisfacción de los clientes. Nuestro servicio será de excelencia, nuestro personal estará escogido con capacidades y orientación exclusiva de los clientes. Todo esto hace que nuestros clientes estén dispuestos a pagar un precio más establecido dado el valor creado para él, estas características definen nuestra estrategia de diferenciación

5.4. MEZCLA DE MERCADOTECNIAS

5.4.1. Producto

El producto satisface las necesidades y deseos de las personas mediante su adquisición o consumo, éste se definirá mediante los siguientes niveles.

- ✓ *Producto Genérico*: corresponde al nivel más básico donde se buscara satisfacer la necesidad de recreación, canchas de futbol, vóley, juegos infantiles.
- ✓ *Producto Esperado*: el complejo contará con un espacio único donde se encuentra la piscina apta para desarrollar los deportes acuáticos, además se contara con espacio con acceso a la laguna para desarrollar actividades deportivas acuáticas dentro de la recurso como paseo en lancha, motonáutica, entre otros.
- ✓ *Producto Ampliado*: Este proyecto busca entregar mayor valor al cliente por medio de entregar servicios adicionales, que se complementan con los deportes antes mencionados tales como cafetería, restaurantes, hospedaje, amplios camarines, cómodos estacionamientos, diferentes formas de pago, entre otros. La idea es que el complejo aporte mucho más allá de lo que se refiere a la práctica de estos deportes, por este motivo están contemplados tantos servicios adicionales, para marcar la diferencia con la competencia fortaleciendo siempre el servicio ampliado.

5.4.2. Plaza

Debido a que el complejo entrega su producto-servicio directamente a los clientes, entonces éste contará, con un tipo de distribución “directa”, como “indirecta”. Ya que los visitantes pueden adquirir el servicio acudiendo al Recreo Turístico, como también puede existir la intermediación por parte de otras empresas como las agencias de viaje.

5.4.3. Promoción

Todos los esfuerzos en comunicación se dirigirán al consumidor final, a través de la estrategia “pull”, esto apoyará a que el complejo comience a ser conocido y recordado por los clientes, con lo que se logrará obtener una imagen

corporativa, creando de este modo una fuente de ventaja competitiva a través del posicionamiento.

Publicidad Revistas: Los deportes que se pueden practicar en el complejo están bien cubiertos por revistas. Es relevante este medio ya que las personas que practican o que tienen algún interés en practicar alguno de los deportes, serán quienes lean los avisos publicitarios de este proyecto único.

Publicidad en radio: Se realizarán anuncios por medio de radio para dar a conocer el servicio además de mantener informados a los clientes sobre los resultados de eventos anteriores así como los a realizarse.

Publicidad en exteriores: Se contratará el servicio de publicidad en paletas exteriores, la finalidad es dar a conocer el proyecto a un grupo más masivo de personas. La ubicación es fundamental para no desperdiciar recursos, las principales ubicaciones serán cerca de universidades y colegios, mercados, etc.

5.4.4. Precio

Para entrar al mercado se utilizará la estrategia de descremado del mercado, esto se debe a que el servicio ofrecido requiere de altas inversiones por lo que el precio en sí ya es alto, pero además se aumentará el precio en los comienzos para otorgar una imagen de exclusividad al complejo.

Además el hecho de utilizar esta estrategia ayuda en el caso en que se tengan que disminuir los precios, ya que con este tipo de estrategia se posee el delta extra sobre precio. Por otro lado hay que tener en consideración de que es más fácil disminuir el precio en alguna cantidad si se entra al mercado con precios altos, que aumentar el precio si se entra con una estrategia de penetración de mercado, ya que el consumidor exigirá mayores beneficios si es que les aumentan el precio y no estará dispuesto a cancelar un valor extra por los mismos servicios que les ofrecían antes a menor valor.

CAPITULO VI.

PLAN DE OPERACIONES

6.1.OBJETIVOS: CALIDAD.

A corto plazo la empresa se propone lograr la satisfacción del cliente en un 80%, a mediano plazo en 95% y corto plazo lograr el máximo porcentaje.

En relación a los costos la empresa propone que en un principio serán un poco altos para lograr que las personas se relacionen con el precio y conforme pase el tiempo los costos se irán disminuyendo según corresponda la fidelización del cliente.

6.2.ESTRATEGIAS DE OPERACIONES: CALIDAD, COSTOS, LOCACIÓN, PROCESOS, DISTRIBUCIÓN DE PLANTA, INVENTARIOS, RECURSOS HUMANOS.

6.2.1. Estrategia de calidad:

Contar con personal calificado, equipo moderno y con una diversificación de oferta serán los puntos fuertes que ocupará la calidad del servicio.

6.2.2. Estrategia de producto:

La diversificación del producto, la seguridad y rapidez en todos los servicios ofrecidos serán los puntos clave del producto ofrecido.

6.2.3. Estrategia de locación:

La ubicación del proyecto será en el Departamento de Amazonas, Provincia de Bongará, Distrito de Florida, anexo El porvenir, a 5 minutos en automóvil desde la localidad de Pomacochas lugar que se caracteriza por ser única parte donde se puede realizar actividades de deportivas acuáticas, por su forma de terreno plano lo cual es esencial para el desarrollo del negocio.

6.2.4. Estrategia de capacidad:

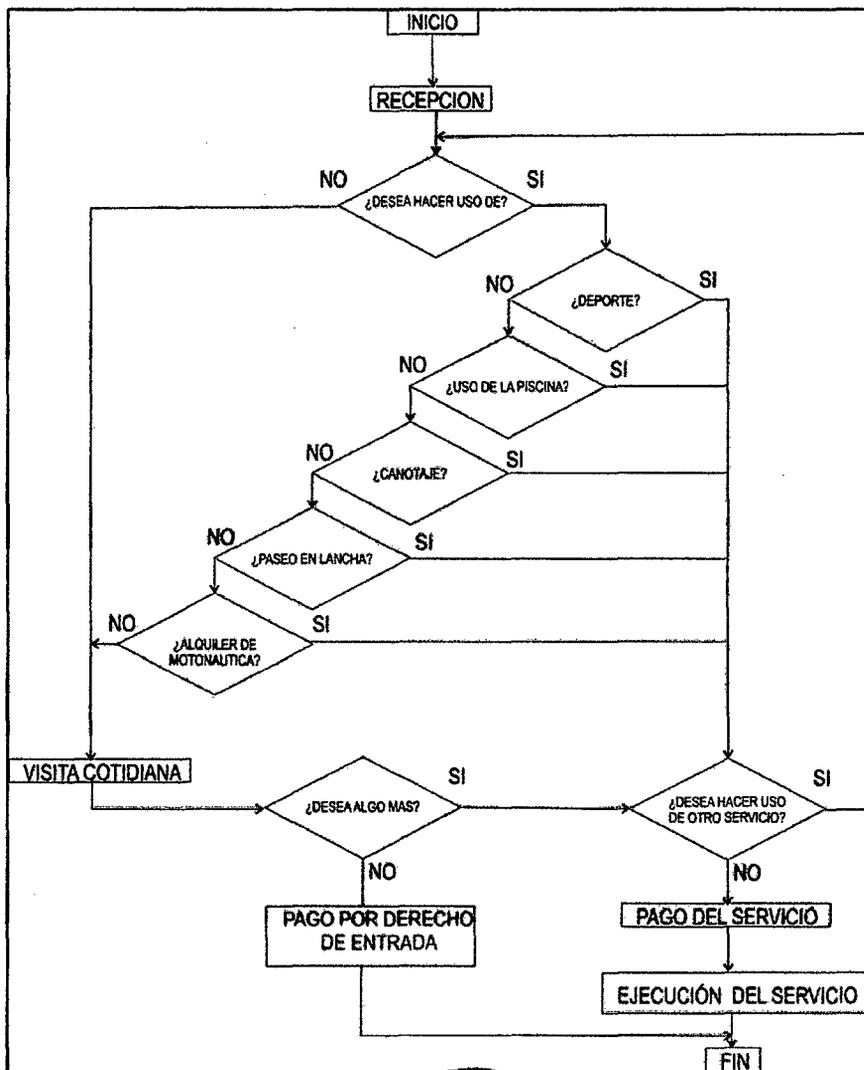
Se implementara un área de 6300m² las cuales se distribuirán de acuerdo a las condiciones de la geomorfología del terreno y con acceso hacia la laguna sin perjudicar el medio ambiente.

6.2.5. Estrategia de Recursos Humanos:

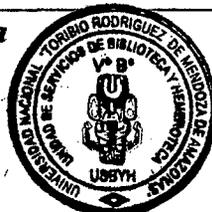
Se debe incorporar a un especialista en guiado con capacidad de atender los requerimientos del cliente, además se necesitara de 3 personales adicionales para dirigir a grupos y realizar los paseos en lancha, canotaje o motonáutica.

6.3. DISEÑO DEL PRODUCTO

El servicio estará orientado a satisfacer las necesidades de recreación, las cuales serán resueltas con la más alta calidad que merece el mercado objetivo, con el apoyo de personal calificado utilizando mecanismos y herramientas de acuerdo a la vanguardia.



Fuente: *Elaboración propia*



27 MAY 2015

6.4. PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.

En el flujograma se muestra el proceso para la atención al cliente y la utilización de los servicios que este requiera. Incluye en el flujograma la visita cotidiana el cual se aplicara un costo mínimo de derecho de entrada ya que solo es para observación y descanso.

6.5. DISEÑO DE INSTALACIONES

Por la amplitud de terreno que se pretende ocupar la empresa ocupara un área total de 6300 m² con una extensión de 70 x 90 m, donde ocupara área de canchas deportivas, bungalows para el descanso el cual servirá para áreas de restauración, piscinas, centro portuario para el acceso a la laguna de, área de juegos infantiles, área de bar y cafetín, así mismo la infraestructura administrativas las cuales se detallan en el diseño del plano anexado.

6.6. ACTIVIDADES PRE OPERATIVAS: GANTT

Actividad	Duración	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Elaboración del plan	60 días	x	x													
Construcción de Instalaciones	Movimiento de tierras			x	x	x										
	Bungalows tipo B					x	x									
	Camping						x	x								
	Bungalows tipo A							x	x							
	Bar, cafetín y otros						x	x	x	x	x					
	Cancha de futbol, piscinas, puerto con acceso a la laguna							x	x	x						
		90 días														
Adecuación de las instalaciones	Mueblería de oficinas												x			
	Equipos de para actividades deportivas												x			
Reclutamiento de personal	reclutamiento													x		
	Selección													x		
	Contratación													x		
	Inducción													x		
	Capacitación														x	
Puesta en servicio	inicio de las operaciones															x

Fuente: *Elaboración Propia*

CAPITULO VII:

PLANIFICACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

7.1.RECLUTAMIENTO

El proceso de reclutamiento de personal se realizara con un mes de anticipación y se realizara a través de anuncios en la radio, televisión, internet-redes sociales, se solicitara personal con conocimientos en temas de deportes acuáticos, atención al público en las diferentes áreas como restaurant, hoteles y otros servicios complementarios. Para ello deberán presentar su expediente que acredite los requisitos solicitados.

A continuación se describe la cantidad de personal solicitado para cada área.

Área de Atención al Cliente	
Salvavidas en piscina	1
Guía de paseo en lancha	1
Conductor de lanchas	1
Área de Servicios al Cliente	
Cocineros	1
Bartender	1
Asistente de cocina	1
Área de Mantenimiento	
Recepción	1
Limpieza	1
Seguridad	1

Fuente: *Elaboración Propia*

7.2.SELECCIÓN

Se hará una pre-selección para escoger a los postulantes aptos para ello se necesitara 4 pre finalistas para cada uno de los puestos, a los cuales se les tomaran una serie de pruebas para determinar la eficiencia, eficacia y actitud para con los clientes. Dentro de las mediciones que se plantea para la selección de personal se propone lo siguiente:

- ✓ Puntualidad.
- ✓ Comportamiento
- ✓ Lenguaje verbal
- ✓ Capacidad profesional

✓ **Compromiso con la empresa**

Para los puestos del área de deportes acuáticos que se realizan en la laguna se exigirá habilidad para manejar situaciones de peligro donde el guía tendrá que actuar con agilidad, destreza puesto que se realizara en un lugar donde se pueden suscitar algún accidente y corra en peligro la vida de alguno de los clientes; para esto es necesario que tenga conocimientos en Primeros Auxilios.

Para el resto de las áreas como bar y cafetín se medira la capacidad de trato para con las personas, con el fin de comprobar su actitud y buenos modales.

7.3.CONTRATACIÓN

Concluido el proceso de reclutamiento y selección se continuara con la contratación del personal donde el contratado como el contratista firmaran un acuerdo mutuo donde se establecen las obligaciones, condiciones de ambas partes de manera escrita.

7.4.INDUCCIÓN

Al iniciarse el primer día de trabajo el Gerente o Administrador hará la bienvenida a todos dará y conocer los principios, valores, políticas y metas que presenta la empresa. Se explicara el proceso organizacional y las funciones que cada colaborador deberá cumplir, se entregara los materiales y mobiliaria dando a conocer que dicho material será de uso exclusivo de la empresa para la atención al cliente y responsabilizando por el mal uso de cada bien.

7.5.CAPACITACIÓN Y DESARROLLO

El mundo se encuentra en constante evolución y desarrollo es por eso que el personal debe mantenerse actualizado con cada novedad que aparezca en el mercado, se planea consolidar cursos y talleres de actualización en la que cada personal deberá asistir de manera obligatoria, de tal motivo si llegara a faltar a cualquier capacitación se hará uso del descuento, por cada curso faltante.

7.6.EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

La evaluación de cada uno de los colaboradores será ejecutada por el administrador o gerente de la empresa según el tiempo que él considera donde se tomaran en cuenta los siguientes criterios.

- **Iniciativa**
- **Productividad**
- **Conocimientos**
- **Responsabilidad**
- **Valores personales**
- **Logro de objetivos**

7.7.COMPENSACIONES

Para que el colaborador se sienta satisfecho en el lugar de trabajo se ofrecerán compensaciones como el traslado desde el centro de trabajo hasta su residencia, alimentación, con respecto a las propinas serán acreedores a ellas según el trato con el cliente.

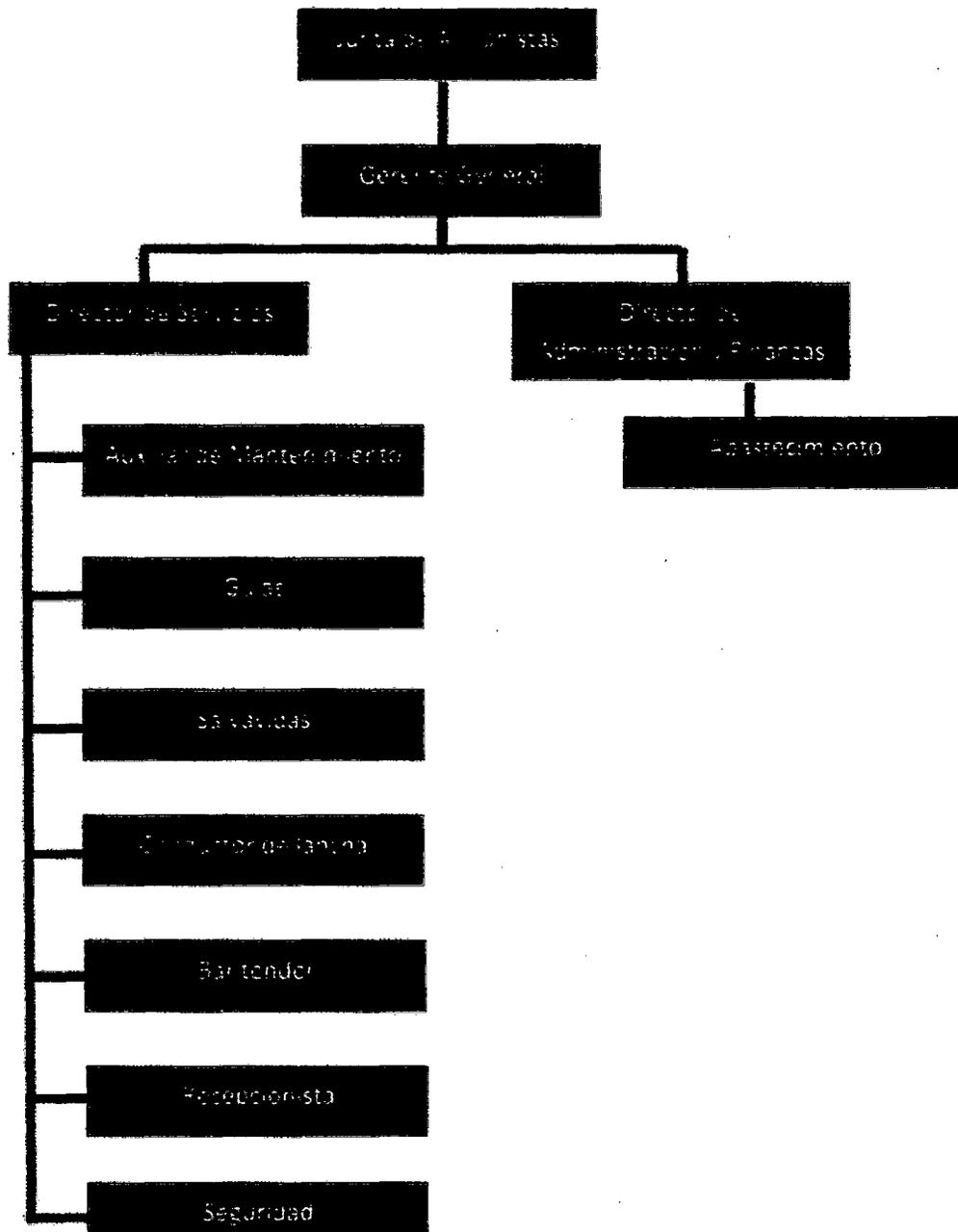
7.8.MOTIVACIÓN

El personal debe sentirse en su lugar de trabajo de manera familiarizada de tal manera que realice sus actividades con total tranquilidad pero con responsabilidad, para esto se planea realizar capacitaciones de atención al público y actualizaciones con los equipos acuáticos.

7.9.SISTEMA DE REMUNERACIONES

Cada colaborador estará sujeto al sistema de remuneraciones establecidas por la ley de contrataciones, se les asignara cada uno de los beneficios obligatorios.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Fuente: *Elaboración Propia*

CAPITULO VIII:

IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL

8.1.IMPACTOS SOCIALES: INTERNOS Y EXTERNOS

La creación del centro recreativo afectara directamente en el estilo de vida de los residentes como en este caso seria del anexo El porvenir, que ya genera nuevos puestos de trabajo directa e indirectamente, con esto se crearan nuevas actividades comerciales, el sector transporte se verá afectado positivamente para el traslado de los visitantes desde el centro de soporte hacia el negocio.

8.2.IMPACTOS AMBIENTALES

El caso del cuidado del medio ambiente es donde se tendrá más cuidado y la mitigación de los mismos para eso se propones las siguientes medidas a ser implementadas.

- Para evitar la contaminación se capacitará al personal en el manejo y usos de los residuos peligrosos o contaminantes
- De igual modo se instalarán Servicios Higiénicos Públicos en las cercanías del recreo para evitar la contaminación de las zonas adyacentes.
- Todo Residuo sólido, orgánico será seleccionado para ser entregado a los recolectores de basura para disposición final.
- Remoción del suelo compactado por el tránsito de personas o maquinaria y siembra de gramíneas propias de la zona.
- Reforestación de las zonas afectadas o removidas con arbustos o pastos nativos.

CAPITULO IX.

PLAN CONTABLE Y FINANCIERO

9.1 ASPECTOS LEGALES Y TRIBUTARIOS

La empresa gozara de todos los requisitos establecidos por ley desde la autorización de funcionamiento otorgada por la Municipalidad Distrital de Florida, Inscripción legal en Registros Públicos, y como la empresa está ubicada en la región selva gozara del beneficio de la exoneración de impuestos.

9.2 OBJETIVOS FINANCIEROS

El recreo turístico se propone ser una empresa rentable con el objetivo de recuperar su capital y maximizar las ganancias en el futuro.

9.3 POLÍTICAS DE CONTABILIDAD Y FINANZAS.

Las políticas establecidas para que la empresa surja tendrá que ir acorde con el los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados.

9.4 ESTRUCTURA DE PRESUPUESTO GENERAL

En el siguiente recuadro se muestra la estructura general para la construcción, equipamiento, según el requerimiento necesario establecido.

PRESUPUESTO PARA CREACION DE UN RECREO TURISTICO-POMACOCHAS

Presupuesto PRESUPUESTO PARA CREACION DE UN RECREO TURISTICO POMACOCHAS
 Subpresupuesto PRESUPUESTO PARA CREACION DE UN RECREO TURISTICO POMACOCHAS
 Elaborador YURI ANDREW PELAEZ POCLIN 09/07/2014
 Lugar AMAZONAS - BONGARA - FLORIDA

Monto Total : 404 509,09 Nuevos Soles

Item	Descripción	Und.	Metrado	Parcial S/.
01	PROGRAMA ARQUITECTÓNICO			350,085.09
01.01	OBRAS PRELIMINARES			1,000.00
01.01.02	ALMACEN DE 3.0Mx3.0Mx2.5M	m2	30.00	1,000.00
01.02	TRABAJOS PRELIMINARES			19,098.00
01.02.01	MOVILIZACION DE MAQUINARIAS HERRAMIENTAS PARA LA OBRA	gib	1.00	5,000.00
01.02.02	LIMPIEZA DE TERRENO MANUAL	m2	7,150.00	4,098.00
01.02.03	TRAZO DURANTE LA EJECUCION DE LA OBRA	m2	7,150.00	10,000.00
01.03	MOVIMIENTO DE TIERRAS			19,741.00
01.03.01	NIVELACION INTERIOR APISONADO MANUAL	m2	6,500.00	5,098.00
01.03.02	RELLENO CON MATERIAL PROPIO SELECCIONADO	m3	1,500.00	1,500.00
01.03.03	REFINE Y NIVELACION EN TERRENO NORMAL	m2	2,730.00	500.00
01.03.04	EXCAVACION DE ZANJAS PARA CIMENTOS	m3	3,000.00	12,543.00
01.03.05	ELIMINACION DE MATERIAL EXCEDENTE CON CARRETILLA	m3	20.00	100.00
01.04	CONCRETO SIMPLE			18,863.00
01.04.01	CIMENTOS CORRIDOS MEZCLA 1:10 CEMENTO-HORMIGON 30% PIEDRA	m3	20.00	400.00
01.04.02	ENCOFRADO Y DESENCOFRADO NORMAL EN MUROS DE CONCRETO	m2	150.00	1,000.00
01.04.03	MURO DE CONCRETO F'C=140 KG/CM2	m3	55.00	11,321.00
01.04.04	MURO DE CANTO LADRILLO CORRIENTE CON CEMENTO-CAL-ARENA	m2	50.00	6,142.00
01.05	BUNGALOWS TIPO B			12,651.00
01.05.01	VIGA DE AMARRE DE 4" INCLUYE HABILITACIÓN	u	160.00	300.00
01.05.02	TIJERAL DE MADERA T4 L4 M H=2M INCLUYE HABILITACIÓN	u	36.00	345.00
01.05.03	PILAR DE MADERA (TIJAJA) INCLUYE HABILITACIÓN	p2	850.00	2,985.00
01.05.04	BARANDA DE MADERA CEDRO PUCALLPA	m	22.00	1,465.00
01.05.05	CERCHAS DE MADERA	p2	98.43	997.00
01.05.06	RAMPA PEATONAL DE MADERA	p2	441.35	4,088.00
01.05.07	COLUMNAS DE 4" DE MADERA	p2	450.00	895.00
01.05.08	COBERTURA DE PAJA INCLUYE HAB.	m2	100.00	342.00
01.05.09	PISO DE PIEDRA LAJA DE CERRO	m2	59.63	1,234.00
01.06	ZONA DE CAMPING			10,831.00
01.06.01	TIJERAL DE MADERA T4 L4 M H=2M INCLUYE HABILITACIÓN	u	36.00	6,785.00
01.06.02	BARANDA DE MADERA CEDRO PUCALLPA	m	30.00	2,134.00
01.06.03	COBERTURA DE PAJA	p2	150.00	1,000.00
01.06.04	COLUMNAS DE 4" DE MADERA	p2	450.00	456.00
01.06.05	VIGA DE AMARRE DE 4" INCLUYE HABILITACIÓN	u	250.00	456.00
01.07	BUNGALOWS TIPO A			6,298.98
01.07.01	COLUMNAS DE 4" DE MADERA	p2	250.00	500.00
01.07.02	VIGA DE AMARRE DE 4" INCLUYE HABILITACIÓN	u	350.00	345.00
01.07.03	BARANDA DE MADERA CEDRO PUCALLPA	m	12.00	985.98
01.07.04	TIJERAL DE MADERA T4 L4 M H=2M INCLUYE HABILITACIÓN	u	16.00	1,000.00
01.07.05	COBERTURA DE TEJA ANDINA	m2	150.00	1,345.00
01.07.06	CIELORRASOS CON CAÑA BRAVA	m2	90.00	2,123.00
01.08	AREA DE BAR Y CAFETIN			22,220.50
01.08.01	COLUMNAS DE 4" DE MADERA	p2	130.00	1,233.00
01.08.02	VIGA DE AMARRE DE 4" INCLUYE HABILITACIÓN	m2	310.00	1,286.50
01.08.03	MURO DE ADOBE DE 40X30X18 SOGA	m2	80.00	3,736.00
01.08.04	CERCO DE CARRIZO	m2	25.00	1,264.00
01.08.05	TIJERAL DE MADERA T4 L4 M H=2M INCLUYE HABILITACIÓN	u	6.00	578.00
01.08.06	COBERTURA DE TEJA ANDINA	m2	110.00	323.00

01.08.07	CIELORRASOS CON CAÑA BRAVA	m2	85.00	1,234.00
01.08.08	VENTANA DE MADERA CON HOJAS DE CEDRO	m2	6.00	2,323.00
01.08.09	PUERTA DE CARRIZO Y MARCOS DE MADERA	m2	8.00	234.00
01.08.10	PISO DE PIEDRA LAJA DE CERRO	m2	57.56	10,009.00
01.09	SERVICIOS HIGIENICOS y PISINA			43,531.90
01.09.01	MURO DE ADOBE DE 40X30X18 SOGA	m2	25.00	3,456.00
01.09.02	TIJERAL DE MADERA T4 L4 M H=2M INCLUYE HABILITACIÓN	u	4.00	1,390.68
01.09.03	COBERTURA DE TEJA ANDINA	m2	30.00	10,000.00
01.09.04	PUERTA CONTRAPLACADA DE 45 mm TRIPLAY	m2	15.00	1,235.00
01.09.05	INODORO TANQUE BAJO BLANCO	pza	6.00	900.00
01.09.06	LAVATORIO DE PARED BLANCO 1 LLAVE	pza	6.00	300.00
01.09.07	URINARIOS DE LOZA DE PICO BLANCO	pza	4.00	580.00
01.09.08	DUCHAS GROMADAS DE CABEZA GIRATORIA Y LLAVE MEZCLADORA	pza	4.00	306.08
01.09.09	JABONERAS DE LOZA BLANCA SIMPLE DE 15 X 15 cm	pza	4.00	40.00
01.09.10	PAPELERA DE LOZA BLANCA DE 13 X 15 cm	pza	6.00	60.00
01.09.11	COLOCACION DE APARATOS CORRIENTES	pza	12.00	411.36
01.09.12	MURO DE SOGA LADRILLO CORRIENTE CON CEMENTO-CAL-ARENA	m2	7.00	661.78
01.09.13	RELLENO CON MATERIAL GRAVILLA PARA POZO PERCOLADOR	m3	0.70	34.00
01.09.14	SALIDAS DE PVC SAL PARA DESAGUE DE 2"	pto	6.00	123.00
01.09.15	SALIDAS DE PVC SAL PARA VENTILACION DE 2"	pto	6.00	989.00
01.09.16	SALIDAS DE PVC SAL PARA DESAGUE DE 4"	pto	6.00	123.00
01.09.17	SUMINISTRO CAJA CONCRETO SIMPLE + TAPA CONCRETOARMADO 0.30 X 0.60 m	jgo	4.00	234.00
01.09.18	RED DE DERIVACION PVC SAL PARA DESAGUE DE 4"	m	200.00	12,343.00
01.09.19	RED DE DERIVACION PVC SAL PARA DESAGUE DE 2"	m	200.00	10,000.00
01.09.20	VALVULA GLOBO DE BRONCE DE UNION ROSCADA DE 1/2"	u	12.00	345.00
01.10	ZONA DE VENTAS			36,971.68
01.10.01	COLUMNAS DE 4" DE MADERA	p2	140.00	687.40
01.10.02	CERCO DE CARRIZO	m2	150.00	22,260.00
01.10.03	TIJERAL DE MADERA T4 L4 M H=2M INCLUYE HABILITACIÓN	u	5.00	1,738.35
01.10.04	CIELORRASOS CON CAÑA BRAVA	m2	81.00	4,889.16
01.10.05	PUERTA DE CARRIZO Y MARCOS DE MADERA	m2	9.80	586.04
01.10.06	PISO DE PIEDRA LAJA DE CERRO	m2	97.31	6,810.73
01.11	OTROS LOCALES(ADMINISTRACIÓN, GUARDIANA)			35,535.41
01.11.01	MURO DE ADOBE DE 40X30X18 SOGA	m2	100.00	4,670.00
01.11.02	VIGA DE AMARRE DE 4" INCLUYE HABILITACIÓN	m2	590.00	2,448.50
01.11.03	TIJERAL DE MADERA T4 L4 M H=2M INCLUYE HABILITACIÓN	u	6.00	2,086.02
01.11.04	COBERTURA DE TEJA ANDINA	m2	160.00	8,488.00
01.11.05	CIELORRASOS CON CAÑA BRAVA	m2	150.00	9,054.00
01.11.06	VENTANA DE MADERA CON HOJAS DE CEDRO	m2	13.00	867.88
01.11.07	PUERTA CONTRAPLACADA DE 35 mm TRIPLAY	m2	28.00	4,610.48
01.11.08	PISO DE PIEDRA LAJA DE CERRO	m2	47.30	3,310.53
01.12	PISOS Y PAVIMENTOS(ACCESO VEHICULAR Y PEATONAL)			100,875.00
01.12.01	DEMOLICION DE PISOS DE CONCRETO	m2	126.00	987.00
01.12.02	EXCAVACION, DE MATERIAL SUELTO R=350 m3/día	m3	2,400.00	10,000.00
01.12.03	RELLENO CON MATERIAL PROPIO SELECCIONADO	m3	1,000.00	9,000.00
01.12.04	POSTE DE LUZ 8/300 PARA RED SECUNDARIA	u	10.00	50,000.00
01.12.05	COLOCACION DE ADOQUINES VEHICULAR DE 20X20X8CM	m2	1,500.00	10,000.00
01.12.06	COLOCACION DE ADOQUINES PEATONAL DE 20X20X6CM	m2	1,000.00	20,888.00
01.13	OBRAS DE ARTE Y DRENAJE			21,000.00
01.13.01	SARDINELES DE CONCRETO FC=140 KG/CM2 INCLUYE ENCOFRADO	m3	140.00	1,000.00
01.13.02	CUNETAS DE CONCRETO FC=140KG/CM2 ZONA VEHICULAR	m	300.00	10,000.00
01.13.03	CUNETAS DE CONCRETO FC=140KG/CM2 ZONA PEATONAL	m	300.00	10,000.00
01.15	INSTALACIONES ELECTRICAS			139.68
01.15.01	SALIDA PARA CENTROS DE LUZ CON INTERRUPTOR DE CONMUTACION	pto	1.00	139.68

01.16	SALIDA PARA COCERCACIONES			1,327.94
01.16.01	SALIDA PARA ANTENA DE TELEVISION CON PVC	pto	8.00	708.56
01.16.02	SALIDA PARA TELEFONO DIRECTO (DE SERVICIO PUBLICO)	pto	6.00	619.38
02	PROGRAMA DE EQUIPAMIENTO			53,505.00
02.01	FAROLAS PARA EXTERIORES, INC. INSTALACION Y COLOCACIÓN	u	61.00	9,809.00
02.02	FAROLAS PARA INTERIORES, INC. INSTALACION Y COLOCACIÓN	u	120.00	100.00
02.03	TOBOGAN-SUBIBAJA-COLUMBIOS-TRAPECIO-CARRUCEL-TROMPITO-TEATRIN-CARRERA CON OBSTACULOS	glb	1.00	5,000.00
2.04	MOTONAUTICA ACUATICA SEADOO Rtd-x255 Rs	u	3.00	33,000.00
2.05	FLOTADOR PARA LANCHA- Bestway	u	10.00	1,600.00
2.06	CAYAC CON DOS REMOS	u	4.00	3,996.00
05	PROGRAMA DE ASERORIZACION Y MAESTRIA			1,000.00
05.01	SEMBRADO DE PLANTAS ORNAMENTALES Y GRASS INCLUYE EXTENDIDO Y NIVEL DE TIERRA	glb	1.00	1,000.00

9.5 ESTRUCTURA DE INVERSIÓN- FUENTES DE LA INVERSION

Para este proyecto se tomó en cuenta todo el rubro de inversiones que se prevé realizar en la construcción del centro recreativo, en la adecuación de las oficinas en la adecuación y construcción de la piscina, juegos recreativos. En las siguientes tablas se mostrara la fuente de financiamiento destinado.

• **ACTIVOS FIJOS**

Terrenos

Descripción	Cant.	Valor unitario	Unidad
Terreno proyectado	1	60000	60000.00
TOTAL S/.			60000.00

Fuente: Elaboración Propia

Adecuaciones y obra complementarias

Descripción	Cant.	Valor unitario	Unidad
Cabaña N° 01	180	90.00	16200.00
Cabaña N° 02	180	90.00	16200.00
Cabaña N° 03	180	90.00	16200.00
Piscina 5,5 x 10,00 m	55	150.00	8250.00
Bungalós de tipo A	12	90.00	1080.00
Bungalós de tipo B	12	90.00	1080.00
Adecuación de baños-Piscina	2	1000.00	2000.00
Adecuación de bar-salón social (3m x 2.5m)	7.5	60.00	450.00
TOTAL S/.			61460.00

Fuente: Elaboración Propia

Las instalaciones y obras complementarias corresponden a las obras de ingeniería que se van a realizar en la readecuación del Centro Recreacional “Puma Center”, así como también a la implementación de obras adicionales como son la adecuación de las oficinas administrativas, de la cocina, los baños y piscinas; el cual representa la suma de S/. 61 460.00 Nuevos Soles.

Muebles y enseres

Descripción	Cant.	Valor (Cada Unidad)	Total
Archivador 4 gavetas	1	2000.00	2000.00
Escritorio ejecutivo y sillón ejecutivo	1	350.00	350.00
Mesas para atención en comedor	10	80.00	800.00
Silla para mesas de comedor	40	22.00	880.00
Sillas blancas de plástico apilables	100	7.50	750.00
TOTAL S/.			4780.00

Fuente: Elaboración Propia

La inversión en muebles y enseres asciende al importe de S/. 4780.00 y está relacionado con la adquisición de mobiliario para atención a los clientes tanto en las cabañas, el restaurante y otros.

Equipos para turismo y atención al cliente

Descripción	Cant.	Valor (Cada Unidad)	Total
Tobogán Subibaja-Columpios Trapezio-Carrusel-Trompito- Teatrín-Carrera de obstáculos	1	5000.00	5000.00
Motonáutica Acuática SEADOO Rxt-x255 Rs	3	11000.00	33000.00
Flotador para lancha-Bestway	10	160.00	1600.00
Cayac con dos remos	4	999.00	3996.00
TOTAL S/.			43596.00

Fuente: Elaboración Propia

El servicio que se va ofrecer a la colectividad es el paseo en lanchas, motonáutica, y paseo en remo o cayac, así como el uso de los juegos infantiles para lo cual se contara con 18 equipos incluido los juegos infantiles, los mismos que tienen un costo el mercado de S/.

43 596.00. Con estas inversiones lo que se anhela un paseo agradable por parte de los clientes dentro de un ambiente confortable y con las comodidades que necesiten los mismos.

Equipos para cocina

Descripción	Cant.	Valor unitario	Total
Cocina industrial 6 quemadores	1	300.00	300.00
Refrigeradora de 12 pies	1	780.00	780.00
Micro-ondas	1	70.00	70.00
Licuadoras	2	45.00	90.00
Cocina-Freidora	1	150.00	150.00
Wafflera	2	30.00	60.00
Extintores	3	55.00	165.00
Lavadero industrial 2 pozos	1	90.00	90.00
Juego de cubiertos	10	3.50	35.00
Juego de cuchillos de cocina	3	10.50	31.50
Vasos de vidrio	100	0.45	45.00
Utensilios variados	30	20.00	600.00
Mesas de Cocina	2	200.00	400.00
Ollas numero variado	15	50.00	750.00
Sartenes	5	30.00	150.00
Juegos de Vajillas porcelana	5	45.00	225.00
Pinzas para ensaladas o hieleras	20	1.50	30.00
Juegos para servir tortas	5	3.80	19.00
Guantes para manipular alimentos	300	0.50	150.00
Tablillas de cortar	6	2.00	12.00
TOTAL S/.			4152.50

Fuente: *Elaboración Propia*

Equipos para Bar y Salón Social

Descripción	Cant.	Valor Unitario	Total
Infocus	1	950.00	950.00
Pantalla para proyecciones	1	280.00	280.00
Juego de Luces	1	180.00	180.00
DVD DAEWOO	1	80.00	80.00
Disco Móvil, parlante y control de volumen	1	1100.00	1100.00
Televisor de color PANASONIC de 32 pulgadas	1	700.00	700.00
Equipo de Sonido PANASONIC	1	950.00	950.00
TOTAL S/.			4240.00

Fuente: *Elaboración Propia***Equipos de Oficina**

Descripción	Cant.	Valor Unitario	Total
Computadora Intel Core i4 6.00 gz	1	2000.00	2000.00
impresora tóner Epson LX 300	1	80.00	80.00
Regulador de voltaje	1	12.00	12.00
Caja Registradora	1	250.00	250.00
TOTAL S/.			2342.00

Fuente: *Elaboración Propia*• **ACTIVOS DIFERIDOS****Activos Diferidos**

Descripción	Cant.
Estudio de Factibilidad	500.00
Diseño de arquitectónico (Cabañas)	600.00
Organización (Constitución legal)	200.00
Patentes	100.00
Servicios auxiliares (Cont. Agua, Luz y Teléfono)	100.00
Permiso de Funcionamiento	200.00
Montaje de instalación	200.00
TOTAL S/.	
	1900.00

Fuente: *Elaboración Propia*

Los activos diferidos representan S/. 1900.00 y los principales rubros corresponden al diseño arquitectónico, el estudio de factibilidad, la organización y el pago de todos los permisos municipales que exige la Municipalidad Distrital de Florida.

• **CAPITAL DE TRABAJO**

Capital De Trabajo-Activo Circulante

Descripción	Unidad		
	Trimestral	Semestral	Anual
Costos de producción	1589.91	9539.46	19078.92
Gastos generales	756.55	4539.30	9078.60
Costos de operación	5081.85	30491.10	60982.20
TOTAL S/.	7428.31	44569.86	89139.72

Fuente: *Elaboración propia*

Útiles de Oficina

Descripción	Cant	Valor unitario	Total unitario
Bolígrafo (24 unid)	2	3.00	6.00
Carpeta Archivadoras	15	0.50	7.50
Papel Bond	2	3.50	7.00
Sellos- Tinta	2	12.00	24.00
Facturas- notas de ventas	100	0.25	25.00
Otros (Perforadora, grapadora, clips)	1	60.00	60.00
TOTAL S/.			129.50

Fuente: *Elaboración Propia*

Enseres

Descripción	Cant.	Valor unitario	Valor total
cloro (Litros)	24	1.00	24.00
Escoba	96	1.00	96.00
Juego de Toallas	66	8.50	561.00
Trapeadores	48	1.50	72.00
Papel Higiénico pack 12 rollos	50	2.60	130.00
Recipientes para basura	9	1.50	13.50
Otros enseres	1	100.00	100.00
TOTAL S/.			996.50

Fuente: Elaboración propia

Plan de Inversiones

Activos Fijos	
Terrenos	60000.00
Instalaciones y obras complementarias	61460.00
Muebles y enseres	4780.00
Equipos para turismo y atención al cliente	43596.00
Equipos para cocina	4152.50
Equipos para salón social y Bar	4240.00
Equipos de Oficina	2342.00
TOTAL ACTIVO FIJOS S/.	180570.50
Activos Diferidos	
Estudio de Factibilidad	500.00
Diseño de arquitectónico (Cabañas)	600.00
Organización (Constitución legal)	200.00
Patentes	100.00
Servicios auxiliares (Cont. Agua, Luz y Teléfono)	100.00
Permiso de Funcionamiento	200.00
Montaje de instalación	200.00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS S/.	1900.00
Capital de Trabajo	
Costos de producción	19078.92
Gastos generales	9078.60
Costos de operación	60982.20
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO S/.	89139.72
TOTAL DE INVERSIÓN S/.	271610.22

Fuente: Elaboración propia

Aporte de Capital para el Proyecto

Detalle	Valor	%
CAPITAL PROPIO	161200.67	59.35
CREDITO FN	110409.55	40.65
TOTAL DE INVERSION S/.	271610.22	100.00%

Fuente: Elaboración propia

La inversión total que se necesita para que el proyecto entre en operatividad asciende a S/. 271610.22 de los cuales el 59,35 % serán asumidos por los propietarios en el importe de S/. 161200.67 y la diferencia los S/.110409.55, serán obtenidos a través de un crédito en la, a una tasa de interés del 9,75 %, para un plazo de 10 años con pagos semestrales (capital + intereses).

9.6 INGRESOS

Para obtener una proyección razonable, se han seguido algunos procedimientos básicos:

- Se ha realizado un estudio de la ubicación del negocio, analizando información sobre el tráfico de personas que transita por ese lugar, población de la zona y otros elementos importantes que hacen a una investigación de mercado.
- Hemos tomado en cuenta los resultados que proporcionan las encuestas y la oferta del servicio de las hosterías del medio, en función de ello se ha analizado el comportamiento y rendimiento que se puede obtener en el futuro. Se ha recopilado información a través de publicaciones especializadas, censos económicos, cámaras empresariales, etc.; para verificar el comportamiento del sector en el cual la empresa va a desarrollar su actividad.

Ingresos Totales Del Centro Recreativo Turístico "Puma Center"

1	12	12960	30240	43200	34560	120960
2	12.7	16916.4	35204.4	48920.4	39776.4	140817.6
3	13.4	21225.6	40521.6	54993.6	45345.6	162086.4
4	14.3	27284.4	47876.4	63320.4	53024.4	191505.6
5	15.2	33926.4	55814.4	72230.4	61286.4	223257.6
6	16.1	41151.6	64335.6	81723.6	70131.6	257342.4
7	17.1	49863.6	74487.6	92955.6	80643.6	297950.4
8	18.1	59295.6	85359.6	104907.6	91875.6	341438.4
9	19.6	74793.6	103017.6	124185.6	110073.6	412070.4
10	21.1	91911.6	122295.6	145083.6	129891.6	489182.4
TOTAL		429328.8	659152.8	831520.8	716608.8	2636611.2

Fuente: *Elaboración Propia*

Paseos en Lancha

1	12	360	4320	3.00	12960
2	12.7	360	4572	3.70	16916.4
3	13.4	360	4824	4.40	21225.6
4	14.3	360	5148	5.30	27284.4
5	15.2	360	5472	6.20	33926.4
6	16.1	360	5796	7.10	41151.6
7	17.1	360	6156	8.10	49863.6
8	18.1	360	6516	9.10	59295.6
9	19.6	360	7056	10.60	74793.6
10	21.1	360	7596	12.10	91911.6
TOTAL		3600	57456	69.6	429328.8

Área de Bar

1	12	360	4320	7.00	30240
2	12.7	360	4572	7.70	35204.4
3	13.4	360	4824	8.40	40521.6
4	14.3	360	5148	9.30	47876.4
5	15.2	360	5472	10.20	55814.4
6	16.1	360	5796	11.10	64335.6
7	17.1	360	6156	12.10	74487.6
8	18.1	360	6516	13.10	85359.6
9	19.6	360	7056	14.60	103017.6
10	21.1	360	7596	16.10	122295.6
TOTAL		3600	57456	109.6	659152.8

Fuente: Elaboración Propia

Paseos en Motonáutica

1	12	360	4320	10.00	43200
2	12.7	360	4572	10.70	48920.4
3	13.4	360	4824	11.40	54993.6
4	14.3	360	5148	12.30	63320.4
5	15.2	360	5472	13.20	72230.4
6	16.1	360	5796	14.10	81723.6
7	17.1	360	6156	15.10	92955.6
8	18.1	360	6516	16.10	104907.6
9	19.6	360	7056	17.60	124185.6
10	21.1	360	7596	19.10	145083.6
TOTAL		3600	57456	139.6	831520.8

Fuente: Elaboración Propia

Área de Restaurantes

1	12	360	4320	8.00	34560
2	12.7	360	4572	8.70	39776.4
3	13.4	360	4824	9.40	45345.6
4	14.3	360	5148	10.30	53024.4
5	15.2	360	5472	11.20	61286.4
6	16.1	360	5796	12.10	70131.6
7	17.1	360	6156	13.10	80643.6
8	18.1	360	6516	14.10	91875.6
9	19.6	360	7056	15.60	110073.6
10	21.1	360	7596	17.10	129891.6
TOTAL		3600	57456	119.6	716608.8

Fuente: *Elaboración Propia*

9.7 EGRESOS

Una vez determinado el nivel de ingresos estimado, ahora se puede trabajar en los costos.

• **MATERIALES DIRECTOS**

Materiales Directos

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total unitario
Arroz (Sacos)	24	36.00	864.00
Azúcar (Sacos)	12	35.00	420.00
Grano seco	6	36.00	216.00
Aceite (Garrafas)	5	28.00	140.00
Salsa de tomate	10	20.00	200.00
Especias	2	80.00	160.00
Platos desechables	300	1.50	450.00
Varios carne de res, pollo, cerdo, otros	52	30.00	1560.00
Vegetales y legumbres	52	30.00	1560.00
Colas y bebidas	100	1.00	100.00
TOTAL S/.			5670.00

Fuente: *Elaboración propia*

En los materiales directos se incluye a todos aquellos elementos que se van a utilizar en el departamento de cocina y que servirán para atender a los clientes que

utilicen los servicios de Bungalows que oferta el Centro recreacional turístico “Puma Center”, se considera una inversión de S/. 5670.00 mensuales.

Mantenimiento de los Equipos

Descripción	Cant.	Valor unitario	Total unitario		
			Mensual	Semestral	Anual
Equipo de computo	1.00	5.00	5.00	30.00	60.00
Piscina	2.00	50.00	50.00	300.00	600.00
Instalaciones	5.00	100.00	100.00	600.00	1200.00
TOTAL S/.			155.00	930.00	1860.00

Fuente: *Elaboración propia*

Los gastos de mantenimiento en que se van a incurrir son: los pagos por el mantenimiento de los equipos de cómputo, piscinas e instalaciones en general los mismos han sido estimados en el consumo mensual. La inversión asciende a la suma de S/. 1860.00 anuales.

• **GASTOS GENERALES**

Servicios Básicos

Descripción	Cant.	Valor unitario	Total unitario		
			Mensual	Semestral	Anual
Agua m ³	500.00	5.00	5.00	30.00	60.00
Energía eléctrica KM/H	1000.00	100.00	100.00	600.00	1200.00
Teléfono minutos	200.00	80.00	80.00	480.00	960.00
TOTAL S/.			185.00	1110.00	2220.00

Fuente: *Elaboración propia*

Depreciaciones

Descripción	Cant.	Valor unit.	Vida anual	Total
Instalaciones y obras complementarias	61460.00	20.00	5.00	3073.00
Muebles y enseres	4780.00	10.00	10.00	478.00
Equipos para turismo y atención al cliente	43596.00	10.00	10.00	4359.60
Equipos para cocina	4152.50	5.00	20.00	830.50
Equipos para salón social y Bar	4240.00	5.00	20.00	848.00
Equipos de Oficina	2342.00	10.00	10.00	234.20
TOTAL S/.				9823.30

Fuente: *Elaboración propia*

• **COSTOS DE OPERACIÓN**

Costos de Administración

Descripción	Cant.	Total unitario		
		Mensual	Semestral	Anual
Administrador	1.00	900.00	5400.00	10800.00
Recepcionista	1.00	461.36	2768.16	5536.32
Cocinero	1.00	700.00	4200.00	8400.00
Asistente de Cocina	1.00	650.00	3900.00	7800.00
Bar tender	1.00	650.00	3900.00	7800.00
Guía turístico	1.00	700.00	4200.00	8400.00
Conductor de lancha	1.00	650.00	3900.00	7800.00
Salvavidas de piscinal	1.00	650.00	3900.00	7800.00
Guardia de seguridad	1.00	750.00	4500.00	9000.00
Personal de Limpieza	1.00	700.00	4200.00	8400.00
TOTAL S/.		6111.36	36668.16	73336.32

Fuente: *Elaboración propia*

Costos De Ventas

Descripción	Cant.	Valor unitario	Total unitario		
			Mensual	Semestral	Anual
afiches	600.00	0.50	300.00	1800.00	3600.00
Rótulos- Giganto grafías	2.00	200.00	400.00	2400.00	4800.00
Dípticos - Trípticos	600.00	0.20	120.00	720.00	1440.00
Spots radio	1460.00	0.50	730.00	4380.00	8760.00
TOTAL S/.			1550.00	9300.00	18600.00

Fuente: *Elaboración propia*

9.8 COSTOS PROYECTADOS

Los costos han sido proyectados para los diez años de vida útil del proyecto, se considera un incremento anual del 2.68 %, que es el porcentaje de la tasa inflacionaria del País. Para ello se considera a los Costos de Producción y los Costos de Operación.

Costos Proyectados

Descripción	Años									
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Costos De Producción										
Útiles de oficina	2342.00	2404.77	2469.21	2535.39	2603.34	2673.11	2744.75	2818.30	2893.84	2971.39
Gastos Generales	2220.00	2279.50	2340.59	2403.31	2467.72	2533.86	2601.77	2671.49	2743.09	2816.60
Depreciación	9823.30	10086.56	10356.88	10634.45	10919.45	11212.09	11512.58	11821.11	12137.92	12463.22
Total Costos de Producción	14385.30	14770.83	15166.68	15573.15	15990.51	16419.06	16859.09	17310.91	17774.84	18251.21
Costos de Operación										
Costos de Administración	60982.20	62616.52	64294.65	66017.74	67787.02	69603.71	71469.09	73384.46	75351.16	77370.58
Costos de Ventas	18600.00	19098.48	19610.32	20135.88	20675.52	21229.62	21798.58	22382.78	22982.64	23598.57
Interés pagados	1610.00	1653.15	1697.45	1742.94	1789.65	1837.62	1886.87	1937.43	1989.36	2042.67
Total Costos de Operación	81192.20	83368.15	85602.42	87896.56	90252.19	92670.95	95154.53	97704.67	100323.16	103011.82
Costos Totales	95577.50	98138.98	100769.10	103469.71	106242.70	109090.01	112013.62	115015.58	118098.00	121263.03

Fuente: *Elaboración propia*

9.9 PROYECCION DEL ESTADO DE RESULTADOS

Luego de haber realizado la estimación de los ingresos y el análisis de los costos se debe confeccionar una planilla donde quede reflejado el resultado de la empresa. La proyección de ganancias o pérdidas para el Centro recreacional turístico "Puma Center" ha sido preparada para los diez años de vida útil del proyecto. En el cuadro adjunto se explican los cálculos de las cifras anuales y los resultados que se obtendrán al final de cada uno de los años de vida útil del proyecto

Estado de Resultados

DESCRIPCION	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS	120960.00	140817.60	162086.40	191505.60	223257.60	257342.40	297950.40	341438.40	412070.40	489182.40
Costos de producción	14385.30	14770.83	15166.68	15573.15	15990.51	16419.06	16859.09	17310.91	17774.84	18251.21
UTILIDAD MARGINAL	135345.30	155588.43	177253.08	207078.75	239248.11	273761.46	314809.49	358749.31	429845.24	507433.61
(Costos administración)	60982.20	62616.52	64294.65	66017.74	67787.02	69603.71	71469.09	73384.46	75351.16	77370.58
(Costos de Ventas)	18600.00	19098.48	19610.32	20135.88	20675.52	21229.62	21798.58	22382.78	22982.64	23598.57
(Interés pagados)	1610.00	1653.15	1697.45	1742.94	1789.65	1837.62	1886.87	1937.43	1989.36	2042.67
UTILIDAD BRUTA	54153.10	72220.28	91650.67	119182.19	148995.92	181090.51	219654.96	261044.64	329522.09	404421.79
Impuesto a la Renta 30%	16245.93	21666.08	27495.20	35754.66	44698.78	54327.15	65896.49	78313.39	98856.63	121326.54
Utilidad de 5% par. Trabajadores	2707.66	3611.01	4582.53	5959.11	7449.80	9054.53	10982.75	13052.23	16476.10	20221.09
UTILIDAD NETA	35199.52	46943.18	59572.93	77468.42	96847.35	117708.83	142775.72	169679.02	214189.36	262874.17

Fuente: *Elaboración propia*

9.10 FLUJO DE EFECTIVO

El flujo de fondos es un instrumento financiero que se utiliza para proyectar los ingresos y egresos de dinero que se genera en el Centro recreacional turístico "Puma Center", durante los diez años de vida útil del proyecto.

Flujo de Efectivo

Descripción	Años									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS	120960.00	140817.60	162086.40	191505.60	223257.60	257342.40	297950.40	341438.40	412070.40	489182.40
Costos de producción	14385.30	14770.83	15166.68	15573.15	15990.51	16419.06	16859.09	17310.91	17774.84	18251.21
UTILIDAD MARGINAL	135345.30	155588.43	177253.08	207078.75	239248.11	273761.46	314809.49	358749.31	429845.24	507433.61
(Costos administración)	60982.20	62616.52	64294.65	66017.74	67787.02	69603.71	71469.09	73384.46	75351.16	77370.58
(Costos de Ventas)	18600.00	19098.48	19610.32	20135.88	20675.52	21229.62	21798.58	22382.78	22982.64	23598.57
(Interés pagados)	1610.00	1653.15	1697.45	1742.94	1789.65	1837.62	1886.87	1937.43	1989.36	2042.67
UTILIDAD BRUTA	54153.10	72220.28	91650.67	119182.19	148995.92	181090.51	219654.96	261044.64	329522.09	404421.79
Impuesto a la Renta 30%	16245.93	21666.08	27495.20	35754.66	44698.78	54327.15	65896.49	78313.39	98856.63	121326.54
Utilidad de 5% par. Trabajadores	2707.66	3611.01	4582.53	5959.11	7449.80	9054.53	10982.75	13052.23	16476.10	20221.09
UTILIDAD NETA	35199.52	46943.18	59572.93	77468.42	96847.35	117708.83	142775.72	169679.02	214189.36	262874.17
Depreciación	9823.30	9823.30	9823.30	9823.30	9823.30	9823.30	9823.30	9823.30	9823.30	9823.30
Pago Capital	110409.96	110409.96	110409.96	110409.96	110409.96	110409.96	110409.96	110409.96	110409.96	110409.96
FLUJO NETO DE EFECTIVO	155432.77	167176.43	179806.19	197701.68	217080.60	237942.09	263008.98	289912.27	334422.61	383107.42

Fuente: *Elaboración propia*

9.11 EVALUACIÓN FINANCIERA

Para determinar la Tasa de Descuento (Factor de Recuperación del Capital) se toma en consideración El Costo del Capital, o sea la Tasa Activa del 15.03 % que establece la Caja Municipal de Trujillo para los créditos a mediano plazo ; a más de ello se considera la vida útil del proyecto que es de 10 años. Con esto se establece que la tasa de descuento para el presente proyecto es del 15.60 %, el cual servirá para determinar el Período de Recuperación de la Inversión, determinar la Relación Beneficio/Costo y hacer los cálculos del VAN y TIR.

- **VAN Y TIR**

<i>Criterios De Evaluación</i>	
VAN	S/. 786768.96
TIR	64.93%
B/C	3.34
PERIODO DE RECUPERACION	5 años 6 meses (5.62239)

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO X.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- En el análisis financiero se determinó que el proyecto tiene saldos positivos en los 10 años con un VAN de S/. 786768.96, con una tasa de descuento del 15.60%, una TIR del 64.93% un costo de oportunidad del 49.33 %.(64.93 % - 15,60 %), y un Periodo de Recuperación de 5 años 6 meses
- El centro recreativo Turístico “Puma Center”, es una empresa nueva que ofrecerá servicios únicos dentro de la región, su ubicación es propicia para el desarrollo de las actividades.
- Al ser una empresa nueva y de gran infraestructura se necesitara de un gran presupuesto el cual se pretende recuperar en el menor tiempo posible.
- La marca, la publicidad será los puntos fuertes para promocionar efectivamente el negocio.

RECOMENDACIONES

- Seguir la planeación estratégica tratando que sea muy flexible su aplicación, para ir adaptándose a cambios dependiendo de las necesidades de la empresa.
- Disminuir los gastos y los costos de los equipos aprovechando diferentes propuestas de los proveedores.

BIBLIOGRAFIA.

- **ARRAIAGA P.,EUSQUIZA C. (2006)** *“Plan de Negocios del Centro Recreacional de Deportes Extremos “Surf Done” ”*, Plan de negocios
- **HINOJOSA. C, JORGECHAGUA, R. (2013)** *“Instalación de la Factoría Mecánica Y Eléctrica Automotriz “KUELAP SAC”, en la ciudad de Chachapoyas-Amazonas”*- Plan de negocios.
- **LUCERO C., FAJARDO O. (2010)**, *“Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Recreación Turística en el Cantón Gualaceo”*. Tesis
- **MVCS. (2011)**, *“Fortalecimiento y Desarrollo de la Actividad Turística en la Laguna de Pomacochas-Bongará-Amazonas”*- Perfil Técnico.
- **VARGAS. M. D., (2013)**. *Plan De Desarrollo Concertado del Distrito de Florida 2013-2021.*

ANEXOS

Anexo de Juegos infantiles



Detalle de sube y baja



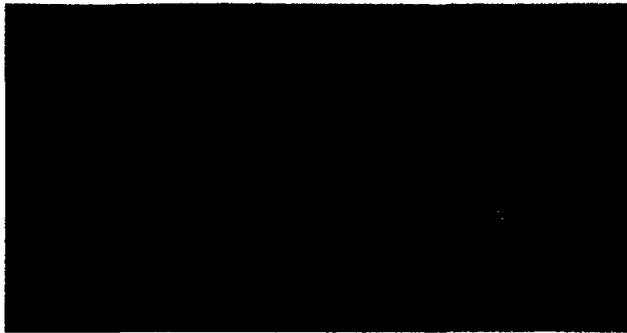
Detalle de asiento



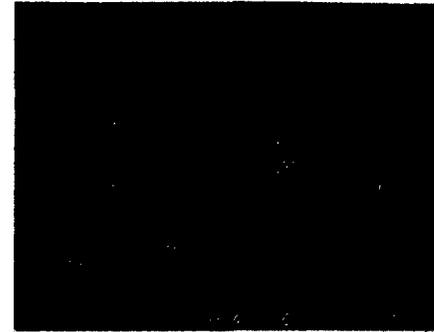
Detalle de pasamanos



Elevación lateral



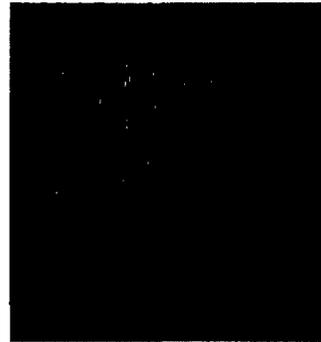
Detalle de tobogan



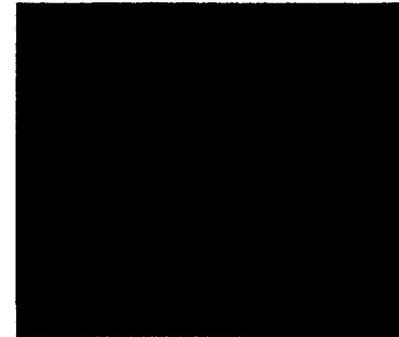
Detalle de silla giratoria



Detalle de columpio

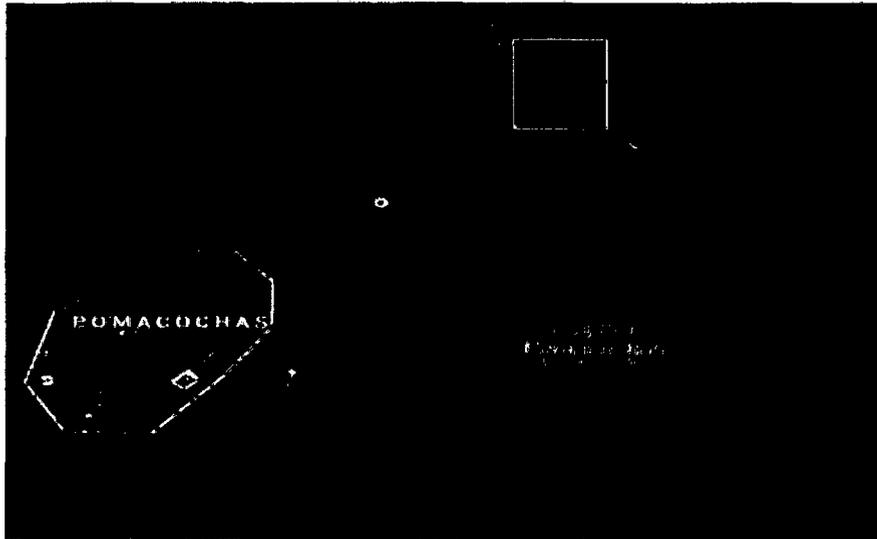


Elevacion frontal



Detalle de asiento

Anexo

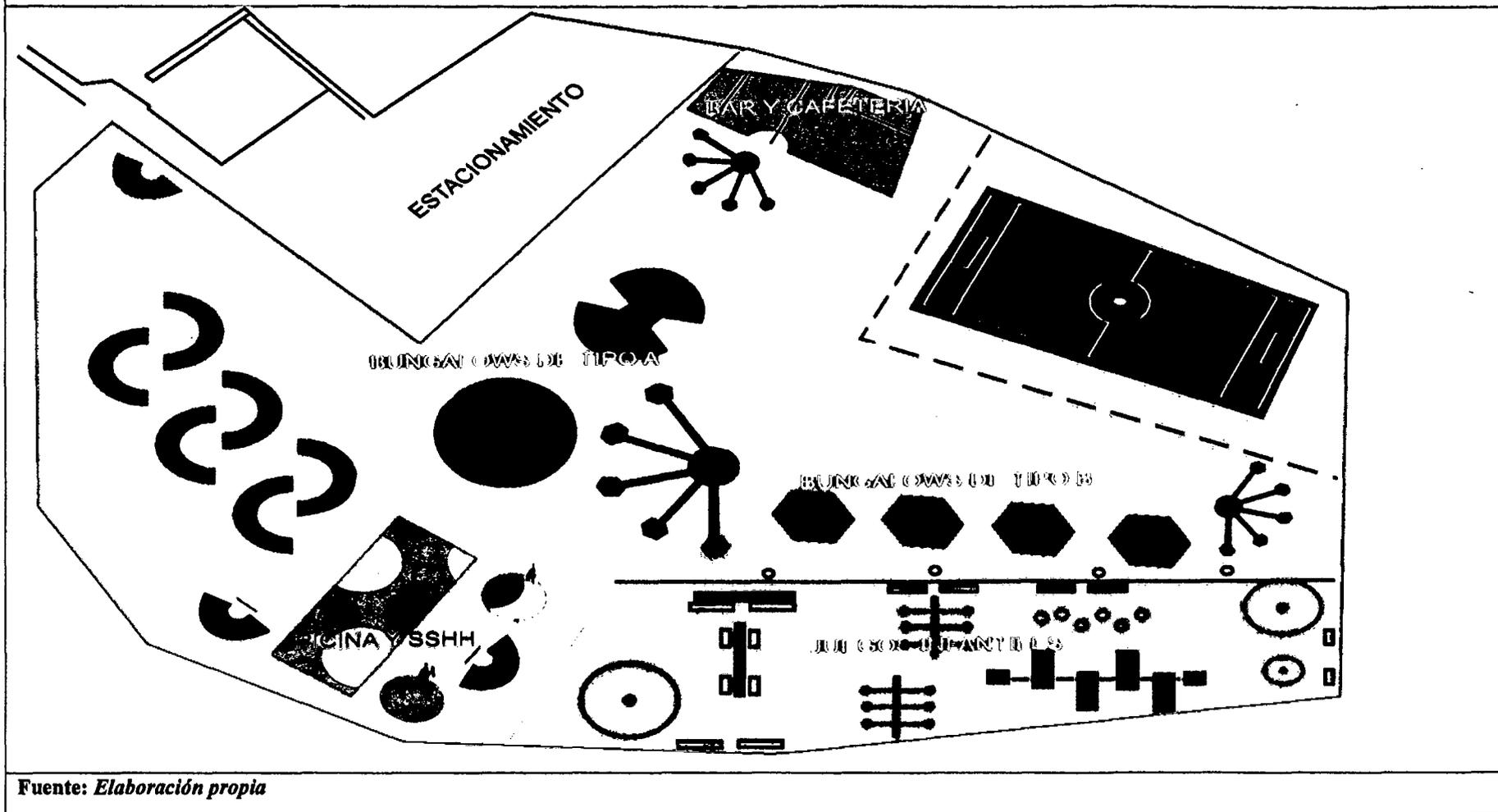


Ubicación del Proyecto



Ubicación detallada

Anexo Plano de diseño de Recreo Turístico



Anexo Logo del Centro Recreativo



Fuente: Elaboración propia

Anexo Ficha de Evaluación para Recursos Turístico de la Laguna de Pomacochas

FICHA DE EVALUACION DE LOS RECURSOS TURISTICOS PRESENTADOS-POMACOCHAS																																																																														
<p>A.1.1 Departamento: _____</p> <p>A.1.2 Proviene: _____</p> <p>A.1.3 Distrito: _____</p> <p>A.1.4 Días de visita: _____</p>	<p>A.2.1. ¿Se respetó el uso de los tiempos establecidos? si () no ()</p> <p>A.2.2. ¿Como le pareció el desarrollo de las actividades? Marque solo las que utilice</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th colspan="4">(Marcar con una X la respuesta)</th> </tr> <tr> <th></th> <th>Mala</th> <th>Regular</th> <th>Buena</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Plaza</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Parque</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Anticamión</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Paseo en bote</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Departama</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Artesanía</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Almuerzo</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Toma de fotografías</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Pesca deportiva</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Pesca de altura</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Paseo en kayak</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Otros</td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	(Marcar con una X la respuesta)					Mala	Regular	Buena	Plaza				Parque				Anticamión				Paseo en bote				Departama				Artesanía				Almuerzo				Toma de fotografías				Pesca deportiva				Pesca de altura				Paseo en kayak				Otros																								
(Marcar con una X la respuesta)																																																																														
	Mala	Regular	Buena																																																																											
Plaza																																																																														
Parque																																																																														
Anticamión																																																																														
Paseo en bote																																																																														
Departama																																																																														
Artesanía																																																																														
Almuerzo																																																																														
Toma de fotografías																																																																														
Pesca deportiva																																																																														
Pesca de altura																																																																														
Paseo en kayak																																																																														
Otros																																																																														
<p>B.1 INFORMACIONES SERVIDO</p> <p>B.1.1. ¿Cuál de los siguientes servicios utilizó o consumió? (Marcar con una X la respuesta)</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Equipos</th> <th colspan="2">Respuesta</th> </tr> <tr> <th>SI</th> <th>NO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Transporte</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Restauración</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Guiado</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Hospedaje</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Otros</td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table> <p>B.1.2. ¿Ordene el servicio por orden de importancia? (Marcar de menor a mayor 1-3)</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Equipos</th> <th colspan="2">Puntaje</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Transporte</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Restauración</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Guiado</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Hospedaje</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Otros</td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Equipos	Respuesta		SI	NO	Transporte			Restauración			Guiado			Hospedaje			Otros			Equipos	Puntaje		1	2	Transporte			Restauración			Guiado			Hospedaje			Otros			<p>B.2 RECOMENDACIONES TURISTAS</p> <p>B.2.1. ¿Ordene el servicio por orden de importancia? (Marcar de menor a mayor 1-3)</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Personal</th> <th colspan="2">Puntaje</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Transporte</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Restauración</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Guiado</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Hospedaje</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Otro</td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table> <p>B.2.2. ¿Recomendaría usted esta visita? (Marcar con una X la respuesta)</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">Respuesta</th> </tr> <tr> <th>si</th> <th>No</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Familia</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Amigos</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Colegas</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Otros</td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table> <p>B.2.3. ¿Recomendaciones para el mejoramiento del recorrido? (Escriba la recomendación que le sea necesaria)</p> <p>Precio _____</p> <p>Servicios en general _____</p> <p>Recorrido _____</p> <p>Actividades realizadas _____</p> <p>Otros _____</p>	Personal	Puntaje		1	2	Transporte			Restauración			Guiado			Hospedaje			Otro				Respuesta		si	No	Familia			Amigos			Colegas			Otros		
Equipos		Respuesta																																																																												
	SI	NO																																																																												
Transporte																																																																														
Restauración																																																																														
Guiado																																																																														
Hospedaje																																																																														
Otros																																																																														
Equipos	Puntaje																																																																													
	1	2																																																																												
Transporte																																																																														
Restauración																																																																														
Guiado																																																																														
Hospedaje																																																																														
Otros																																																																														
Personal	Puntaje																																																																													
	1	2																																																																												
Transporte																																																																														
Restauración																																																																														
Guiado																																																																														
Hospedaje																																																																														
Otro																																																																														
	Respuesta																																																																													
	si	No																																																																												
Familia																																																																														
Amigos																																																																														
Colegas																																																																														
Otros																																																																														
<p>B.2.1 Proviene: _____</p> <p>B.2.2 Edad: _____</p> <p>B.2.3 Sexo: _____</p> <p>B.2.4 Días de permanencia: _____</p> <p>B.2.5 Ocupación: _____</p>	<p>Fuente: Elaboración Propia</p>																																																																													