



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Plan de negocios para la creación de un Centro Recreacional  
Campestre en la Provincia de SECHURA**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Administración

AUTORES:

Antón Querevalu, Santos Gualberto (ORCID:0000-0002-8149-1811)

Liviapoma Vasquez, Meliza (ORCID:0000-0003-0665-2133)

ASESOR:

Mg. Angulo Corcuera, Carlos Antonio (ORCID:0000-0001-7920-4628)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

PIURA-PERÚ

2020

### **Dedicatoria**

*El presente proyecto de investigación está dedicado con mucho cariño a nuestros padres que siempre han estado apoyándonos arduamente en todas las cosas que hemos necesitado la cual hicieron un gran esfuerzo para poder llegar hasta aquí.*

## **Agradecimiento**

*A Dios por habernos guiado día tras día, consiguiendo a nuestros padres por habernos brindado sabiduría, tenacidad y voluntad para seguir cada día adelante.*

*A nuestros amigos que nos dieron motivación y apoyarnos en todo este proceso de investigación.*

## Índice

	Pág.
Carátula.....	1
Agradecimiento .....	iii
Índice .....	iv
Índice de tablas .....	v
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT .....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MÉTODO.....	14
2.1 Tipo y diseño de investigación .....	14
2.2 Variable, Operacionalización .....	15
2.3 Población, muestra y muestreo.....	17
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....	18
2.5 Procedimiento .....	19
2.6 Método de análisis de datos .....	19
2.7 Aspectos éticos .....	20
III. RESULTADOS .....	20
IV. DISCUSIÓN .....	87
V. CONCLUSIONES .....	95
VI. RECOMENDACIONES .....	97
REFERENCIAS .....	98
VII. ANEXOS .....	101
ANEXO 1. Matriz de consistencia .....	102
ANEXO 2. Matriz de instrumentos.....	103
<i>ANEXO 3. Formato de cuestionario a la población de la ciudad de Sechura respecto a la variable plan de negocios. ....</i>	<i>105</i>
<i>ANEXO 4. Validación de los instrumentos .....</i>	<i>108</i>
<i>ANEXO 5. Validación de la confiabilidad del cuestionario.....</i>	<i>120</i>
ANEXO 6. Presupuesto de construcción.....	129
<i>ANEXO 7. Evidencias de la aplicación de los instrumentos.....</i>	<i>133</i>

## Índice de tablas

Tabla 1. Matriz de operacionalización de la variable plan de negocios.....	15
<b>Tabla 2. Características relacionadas con la demanda .....</b>	<b>21</b>
<b>Tabla 3. Características relacionadas con el comportamiento de la demanda .....</b>	<b>22</b>
<b>Tabla 4. Características relacionadas con la aceptación y motivos a adquirir los servicios .....</b>	<b>23</b>
<b>Tabla 5. Características relacionadas con la competencia u oferta .....</b>	<b>24</b>
Tabla 6. Población en función realizada en el periodo 2017 .....	24
<b>Tabla 7. Segmento de la población respecto al Periodo 2017.....</b>	<b>25</b>
Tabla 8. Nivel de aceptación y frecuencia mensual de la demanda.....	25
<b>Tabla 9. Nivel de Aceptación y frecuencia mensual de la demanda.....</b>	<b>25</b>
<b>Tabla 10. Proyección de la demanda a 10 años.....</b>	<b>25</b>
<b>Tabla 11. Proyección de la oferta a 10 años .....</b>	<b>26</b>
<b>Tabla 12. Brecha de la demanda anual en los 10 años .....</b>	<b>27</b>
<b>Tabla 13. Características relacionadas con los servicios campestres.....</b>	<b>28</b>
<b>Tabla 14. Características relacionadas con las tarifas y/o precios.....</b>	<b>29</b>
<b>Tabla 15. Características relacionadas con las promociones del servicio. ..</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 16. Factores relacionados con los medios y publicidades del servicio.....</b>	<b>30</b>
Tabla 17. Características relacionadas con los factores operacionales .....	31
<b>Tabla 18. Factores competitivos para determinar la localización del centro campestre .....</b>	<b>33</b>
<b>Tabla 19. Factores que determinan la creación de un Centro Recreacional Campestre.....</b>	<b>37</b>
Tabla 20. Factores que determinan la constitución de la sociedad , permisos y otras licencias.....	60
Tabla 21. Estructura de la Inversión.....	61
Tabla 22. Estructura del financiamiento .....	62
Tabla 23. Simulación de préstamo bancario del BBVA .....	63
<b>Tabla 24. Presupuesto de Ingresos a 10 años .....</b>	<b>65</b>
Tabla 25. Presupuesto de egresos a 10 años.....	66
Tabla 26. Flujo de caja proyectada a 10 años.....	70
Tabla 27 Estado de ganancias y pérdidas proyecta a 10 años .....	72
<b>Tabla 28. Flujo de caja proyectada a 10 años - Situación pesimista .....</b>	<b>73</b>
Tabla 29. Valor actual neto financiero bajo una situación pesimista .....	76
Tabla 30. Valor actual Neto económico bajo una situación pesimista.....	76
<b>Tabla 31. Flujo de caja proyectada a 10 años -- Situación Optimista .....</b>	<b>77</b>
Tabla 32. Valor actual neto económico bajo una situación optimista .....	79
<b>Tabla 33 Valor actual neto financiera bajo una situación optimista.....</b>	<b>79</b>
Tabla 34 Recuperación de la inversión en la creación de un centro campestre en la ciudad de Sechura.....	82
Tabla 35. <i>Evaluación económica y financiera de la creación de un centro campestre.....</i>	83
Tabla 36 <i>Valor actual neto económica para la creación del centro campestre</i>	84
<b>Tabla 37 <i>Valor actual neto financiera para la creación del centro campestre ..</i></b>	<b>84</b>

Tabla 38. <i>Resumen de ingresos y egresos de la creación de un centro campestre</i> .....	85
Tabla 39. <i>Relación de beneficio – costo</i> .....	85
Tabla 40 Costos relacionados con la inversión fija tangible (IFT) .....	121
Tabla 41 Costos relacionados con la inversión fija intangible (IFI).....	124
Tabla 42 Costos relacionados al capital de trabajo (CAT) .....	125
Tabla 43 Depreciación global según categorías.....	128

## RESUMEN

El presente estudio, tuvo como objetivo general; Elaborar un plan de negocios para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura, utilizando una metodología no experimental, transversal y de enfoque mixto así mismo la población estuvo conformado por 79,177 individuos, mientras el segmento abarco 50,357 individuos, utilizando una muestra de población conocida, siendo 381 individuos, utilizando como instrumentos principal un cuestionario dirigido a la demanda potencial, demostrando que el plan de negocio muestra un entorno favorable en función al nivel de aceptación de la demanda del 96.59%, existiendo cuatro competidores fundamentales que ya se encuentran posicionado en el mercado Sechurano, sin embargo no han logrado satisfacer sus necesidades o requerimientos, así también es necesario realizar promociones mediante el uso de los medios digitales, entre la tarifa o precio de mayor consideración se estableció S/. 20 que incluye los servicios del nuevo centro campestre, mientras que, en la localización, consideran que esta debe encontrarse alrededor de la ciudad, la cual debe contar con una infraestructura implica y confortable, estableciéndose los nuevos lineamientos estratégicos y organizacionales, finalmente la evaluación del plan de negocio muestra que el VANF= S/. 8,410,467.07, y el TIRF= 41%, demostrando que ha reducido el nivel de tasa interna a nivel financiero debido al fuerte financiamiento realizado, pero a pesar de ello existe un alto nivel de rentabilidad económica y financiera para la creación de un Centro Recreación Campestre, denominado San Juan II.

**Palabras clave;** Plan, demanda, oferta, retorno, inversión y financiamiento.

## ABSTRACT

The present study had as a general objective; Prepare a business plan for the creation of a Rural Recreational Center in the Province of Sechura, using a non-experimental, transversal and mixed approach methodology, as well as the stucco population consisting of 79,177 individuals, while the segment covered 50,357 individuals, using a sample of known population, being 381 individuals, using as a main instrument a questionnaire aimed at potential demand, demonstrating that the business plan shows a favorable environment based on the level of demand acceptance of 96.59%, there are four fundamental competitors that are already They are positioned in the Sechuranos market, however they have not been able to meet their needs or requirements, so it is also necessary to carry out promotions through the use of digital media, between the rate or price of greater consideration was established S /. 20 that includes the services of the new country center, while, in the location, they consider that it must be located around the city, which must have an implicit and comfortable infrastructure, establishing the new strategic and organizational guidelines, finally the evaluation of the Business plan shows that the VANF = S /. 8,410,467.07, and the TIRF = 41%, demonstrating that it has reduced the level of internal rate at a financial level due to the strong financing made, but despite this there is a high level of economic and financial profitability for the creation of a Rural Recreation Center, called San Juan II.

**Keywords:** Plan, demand, supply, return, investment and financing.

## I. INTRODUCCIÓN

En relación a los aspectos situacionales del problema se observa que en el entorno internacional las actividades familiares un aspectos sociales que contribuye al bienestar y confortación de cada integrante, sin embargo para llevar a cabo estas acciones es necesario contar con un espacio, lugar y calidad en los servicios que se le brinden mediante centros campestres o recreacionales, que durante los últimos años han tomado mucho valor, siendo un establecimiento de alta significancia en cada ciudad, siendo valorado por la población o público potencial que usualmente frecuenta en sus instalaciones, permitiendo una diversión y recreación de manera adecuada.

Según Galán (2019) mencionan que los planes de negocio desarrollo en España, tienen que cumplir una serie de características o fases que abarca principalmente su constitución, organización, presupuestos, beneficios económicos y financieras, viabilidad y otros aspectos que son fundamental para el desarrollo productivo de la idea de negocio. Así mismo el cambio del mercado a generado una mayor inclinación por otras actividades empresariales que han impulsado una mayor contribución para las ideas de emprendimiento en estos sectores, así mismo teniendo en cuenta las principales necesidades y requerimientos de los clientes.

El plan de negocio es una alternativa económica, que permite principalmente el desarrollo del entorno mediante una serie de ideas que se transforman en todas las actividades productivas. Así mismo para ello es necesario tener un segmento adecuadamente estructurado y controlado respecto a la competencia, así también que posteriormente de a ver mantenido una sostenibilidad adecuada, esta conformaría una empresa equilibrada y rentable, que contribuiría notablemente al capital del país, debido a que la mayoría de las micro y pequeñas empresas surgen también de los grandes cambios. (Portal de la Economía Solidaria, 2018)

A nivel nacional, según Portal Pymes y Emprendedores (2019) en el Perú se debe tener en cuenta que un plan de negocios es una pieza clave para la creación de una nueva empresa, en donde se inicia el proceso de emprendimiento, teniendo en cuenta su estructura, puesto que esto ayuda a

generar una adecuada gestión y comunicación, así mismo incentiva a la inversión, evaluar negocio, viabilidad económica y cultura laboral. Puesto que se visualiza siete etapas fundamentales a seguir que está enfocado en la presentación del plan, estudio de mercado, estrategias a nivel comercial, recursos humanos y análisis financiero.

El desarrollo del plan de negocio, es un documento de gran valor e imprescindible para la creación de una empresa, así mismo se basa en la presentación de un negocio respecto a los objetivos, estrategias, seguimiento y recursos necesarios para poner en marcha cualquiera actividades empresariales. Así mismo es necesario que durante la ejecución del negocio se basa en la misión y objetivos que deben estar afianzados en el mercado con la finalidad de poder establecer las competencias adecuada, así como la estimación de las ventas, nichos de mercado y los clientes, por el contrario, es necesario realizar una dirección y financiación. (Banco BBVA, 2018)

Según la Universidad de ESAN (2017) menciona que el plan financiero se basa a los planes y estrategias necesarias el desarrollo de un plan de negocios dentro de una organización, sin embargo, esta posee el mismo impacto si estas empresas sean pequeñas, medianas o grandes. Así mismo en consecuencia a la importancia de los planes financieros, es notorio tener en cuenta los siguientes aspectos; Establecer los recursos económicos, establecer los costos reales, determinar el monto de la inversión, identificar las necesidades, las fuentes de financiamiento, los estados financieros, la rentabilidad económica y financiera, con la finalidad de establecer su puesta en marcha sin sobresaltos durante su operatividad.

Mediante el diagnóstico para la creación de un centro campestre, está surge principalmente por una necesidad recreacional que poseen los habitantes o pobladores de la ciudad de Sechura, a pesar que existen una serie de aspectos que limitan su desarrollo, debido a que actualmente hay cuatro competidores tales como; Centro Recreacional Campestre San Juan, Restaurante Campestre Sol Sol de Sechura, Centro Campestre La Finca, Centro Recreacional Turístico Los Rosales, sin embargo no todos estos centros campestres cumplen con las cualidades o características técnicas que desean la mayoría de los clientes que

asisten o frecuentan, las cuales son los siguientes; Precio y/o tarifas en un solo pago para poder adquirir los servicios alimentarios piscina, cancha deportiva, tirolesa y otras actividades que se puedan realizar de manera libre en las instalaciones, así mismo que cuente con un estacionamiento seguro, debido al alto índice de inseguridad ciudadana que continuamente ha mantenido un crecimiento.

Además, que sea un ambiente agradable, adecuadamente distribuido y fundamentalmente se ajusten a su confort, puesto que se evidencia que en la mayoría de los clientes no se sienten totalmente satisfechos con los servicios o ambientes de los otros centros recreacionales familiares. Por su parte el plan de negocio también abarcara un segmento de atención más amplio, con una capacidad máxima de atención de 650 clientes diarios, por lo cual se abarcara en los segmento de NSE AB, C y D de la población sechurana, siendo un negocio con un gran impacto económico producto de las fuentes financieras necesaria para su ejecución, por lo cual se plantea una serie de procesos o fases que determinen la viabilidad mediante una serie de análisis claves para su puesta en marcha, debido a que su impacto generará un desarrollo económico y local.

Por el contrario, sino se pronostica que, a un largo plazo, la creación de un centro campestre que cumpla con las necesidades, requerimientos y/o exigencias de la población, permitirá un desarrollo económico y satisfacción, pero si esta no se considera en su puesta en marcha, generará un menor flujo económico en los clientes que frecuentan en los servicios de los centros de recreación actuales, por lo cual el beneficio de su desarrollo permitirá un crecimiento local en la ciudad de Sechura. Por lo cual es necesario realizar una serie de acciones basados fundamentalmente a poder mejorar la situación actual mediante promover el turismo a través de los servicios de calidad que se brinden, generando un factor clave para que la población local y nacional pueda beneficiarse a través de un momento recreacional familiar e individual.

En relación de los antecedentes internacionales, se consideró a Gutiérrez, Lasso, Marín y Rodríguez (2016) en *Planes de Negocio, Centro Recreativo "Mango´s City"* la presente investigación tuvo como objetivo evaluar la viabilidad financiera de la creación de este Centro, perteneciente a la Universidad de

Politécnica de Nicaragua, se realizó una investigación de mercado en el cual se usó como método la aplicación de encuestas las cuales fueron dirigidas a una muestra de 379 personas que nos permitió conocer el grado de aceptación de la creación, concluyendo la creación para este proyecto se estimó una inversión inicial de 64,655.51 la cual el 40% será aportado por socios y el otro 59.79% de la inversión será solventado por un crédito bancario, con un periodo de recuperación de la Inversión es de 2 años y 4 meses. El TIR es del 51.76% genera rentabilidad; el VAN muestra que la utilidad total después de los 5 años de vida del proyecto, será de \$22,807.38; este es mayor que cero por lo tanto la ejecución de este negocio es viable.

Vizúete (2016) en *Plan de Negocio para la creación de un Centro de Recreación e Integración Familiar usando CRM, en Bellavista de Calderón al Norte de Quito, Pichincha*, tuvo como objetivo diseñar un plan de negocio para la formación de un centro de recreación de este centro, perteneciente a la Universidad Internacional del Ecuador, para saber si es viable dicho negocio se realizó un estudio de mercado, al analizar todas las variables financieras se puede determinar una viabilidad del proyecto, tenemos que la inversión total del Centro de recreación e integración familiar SPLASH es de USD 66.006,90, el valor que va ser financiado con un préstamo bancario es de USD 30.000,00 a un plazo de 5 años con una tasa de interés del 11,50%. El proyecto se tiene una recuperación a los 3 años con un VAN de USD 4.065,75 y una TIR del 20.60%.

Arroyave y López (2016) en su investigación titulada, *Plan de Negocio para la creación de un proyecto de turismo especializado en dos fincas ubicadas en la ciudad de Pereira*, siendo su objetivo general, Diseñar un plan de negocio para la creación y operación de un proyecto de turismo especializado, perteneciente a la Universidad Tecnológica de Pereira, con un tipo de investigación exploratoria con metodología analítica y de observación, entre sus conclusiones, la presente investigación es viable desde el punto de vista financiero, con un valor positivo y que además supera el valor de la Tasa de Descuento, a lo que también generaría en valores actuales, una ganancia adicional de \$ 41.315.300.

Entre los Antecedentes Nacionales se consideró a Vélchez (2019) en su investigación titulada, *Plan de Negocio para la Implementación de un Ecólogo en*

*Madre de Dios*, siendo su objetivo general, determinar la viabilidad de la propuesta de la creación de un Hospedaje Rústico (Ecolodge) en el Corredor Turístico de Tambopata, perteneciente a la universidad San Ignacio de Loyola, metodológicamente el estudio fue cualitativa en el cual uso la recolección y análisis de datos, entre sus conclusiones, el plan de negocio es viable , ya que de acuerdo a los resultados arrojados por los indicadores financieros tales como el VANE es de S/291,012 y un TIRE de 46.21%, de igual manera se evaluó el VANF fue de S/298,933 y el TIRF 57.48%, con una inversión total de S/334,447.23, donde los inversionistas aportaron un 70.1% con capital propio y el otro 29.9% mediante un crédito empresarial, finalmente se pudo determinar en el presente estudio de investigación tiene oportunidad de un crecimiento exitoso.

Jiménez (2017) En su investigación *Plan de negocio para atender la demanda de un Centro Turístico en Motupe, de la Universidad Cesar Vallejo – Chiclayo*. Siendo su objetivo general evaluar la viabilidad económica, financiera para la creación de un centro Turístico, metodológicamente el estudio fue de diseño no experimental de tipo exploratoria. Como propuesta está un Plan de Negocio bajo el modelo de Karen Weinberger, el cual consta de Resumen Ejecutivo, Análisis del Entorno, Plan Estratégico, Plan de Marketing, Plan de Operaciones, Diseño de la Estructura y Plan de Recursos Humanos y Plan financiero, la evaluación del proyecto requiere una inversión total S/. 2`097,992 soles, en 40% sería aporte de socios, el 60% sería financiado por el Banco Financiero. En función a los resultados alcanzados, se declara que el Plan de negocio es viable económica y financieramente, con resultados positivos de un VNAE de S/.1'404,678 y un VNAF de S/. 1'550,065.

Castillo, Vásquez y Vásquez (2016) en *Plan de Negocio para la Implementación de Centro Recreacional en Puerto Maldonado*. El presente estudio tiene como objetivo general satisfacer las necesidades de recreación para toda la familia, a través de una excelente infraestructura, organización y entretenimiento con todos los estándares de calidad, perteneciente a la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. La elaboración del siguiente Plan de negocio se recolecto información a través de diversas Fuentes, Métodos, Técnicas como las encuestas e Instrumentos financieros como el VAN, TIR, que permitió conocer la factibilidad económica del negocio, obteniendo como

resultados un VAN de más de S/. 750 mil nuevos soles y una TIR del 31,65%. El actual Costo Financiero es del 11.72%, mediante estos indicadores se pudo comprobar que este negocio genera una rentabilidad mayor que su costo, además se pudo determinar el periodo de recuperación de la inversión es de 2 años y medio.

Quiroz (2019) en su trabajo de investigación, *Determinación de la factibilidad para la implementación del recreo campestre Nitza en el centro poblado la Unión, Distrito de Cajaruro*. El tesista definió como objetivo principal determinar la factibilidad para la creación del recreo campestre, perteneciente a la Universidad Nacional Toribio Rodríguez De Mendoza De Amazonas. metodológicamente se utilizó un tipo de estudio de naturaleza explicativo y con un diseño de investigación descriptivo. Por consiguiente, el autor considero como conclusión: Que la propuesta de crear este proyecto es viable ya que sus indicadores económicas y financieras con resultados del VANE de S/ 521,912.35, una TIRE de 23.07%. Y un VANF de S/ 455,197.57 y una TIRF del 39.51%, se puede decir que esta investigación se encuentra dentro de un mercado atractivo y en crecimiento que le permitirá realizar un buen desempeño a futuro, por otro lado, también se pudo determinar el periodo de recuperación - PRI de 6 años.

Entre los antecedentes locales se consideró a Ticliahuanca (2017) en su investigación sobre *Plan de Negocios para la implementación de un restaurante de comida regional en la ciudad Piura*, siendo su objetivo conocer la viabilidad y rentabilidad económica y financiera para la instalación de un restaurante de comida regional en la ciudad de Piura, perteneciente a la Universidad de Piura. De acuerdo al estudio de mercado se pudo determinar la aceptación del negocio, en el cual se invertirá un monto total es de S/. 110,450.00 soles, de los cuales hay una inversión fija de S/.52,404.25 nuevos soles, y un capital de trabajo de S/.58,045.75 soles; el negocio es viable y rentable económicamente, ya que se obtiene un VANE de S/.1,910,222.55 y una TIRE de 197.45%; un VANF de S/. 1,662,500.07 y un TIRF de 228.19%

Casalino (2017) en su investigación denominada *Plan De Negocios de una Empresa de Transportes Turístico en la Ruta de Piura-Máncora-Tumbes. 2017*.

Siendo su objetivo principal Determinar la viabilidad de una empresa de transporte turístico que cubra la ruta Piura-Máncora-Tumbes, perteneciente a la Universidad de Piura, metodológicamente la investigación utilizó un diseño de naturaleza descriptiva no experimental transversal, En el presente trabajo de investigación, se ha podido determinar que el negocio es factible ya que hay un alta demanda de mercado de turistas nacionales y extranjeros en las ciudades de Piura y Tumbes, De acuerdo a los resultados obtenidos la inversión para la creación del proyecto será un inicial de S./ 194,902.21, un capital de trabajo de S./ 7,430.05 además se pudo determinar que este negocio es rentable solo financieramente ya que el VANF es de S. / 99,860.01 y un TIRF de 26.09%, por otro lado la rentabilidad se torna oscura económicamente con un VAN económico negativo de S./ - 97,176.07 .y un TIR económico de 7.41%, aclarando que el precio de 26 soles es importante para obtener estos resultados favorables

Vallejos (2016) en su investigación, *plan de negocio para la creación de un centro de esparcimiento en el Distrito de Paita, año 2016*, cuyo objetivo es determinar la viabilidad de la creación de un centro de esparcimiento en el distrito de Paita, ya que en el Distrito de Paita no cuenta con un centro de entrenamiento para las familias Paiteñas, perteneciente a la Universidad Nacional de Piura, metodológicamente el diseño fue de tipo transversal descriptivo, concluyendo que la creación de un centro recreacional en el distrito de Paita es viable en el cual se lograron resultados positivos y atractivos para la inversión de este proyecto y en los resultados de los análisis económico financiero se dio a conocer a través de indicadores de rentabilidad económica como el VANE de 887,485.6 y TIRE de 19.72% en los indicadores de rentabilidad financiera el VANF S/ 2,898 463N y la TIRF 31.05% el cual presentan resultados prósperos.

En función a las teorías relacionadas al tema, Moreno (2016) define al plan de negocio como el conjunto de procesos relacionados principalmente a poder entender y planificar adecuadamente las fases o etapas necesarias para la creación de una idea de negocio en función al cumplimiento normativo y legal, así mismo de la evaluación económica y financiera que abarcara una serie de actividades necesarias para cumplir con la valoración.

Moreno (2016) menciona que existen una serie de aspectos que permiten determinar un plan de negocio en función a una serie de fases o etapas que corresponden específicamente para demostrar la viabilidad de un negocio, a continuación se detalla:

Moreno (2016) manifiesta que existen una serie de indicadores fundamentales necesario para el desarrollo del entorno del mercado, sin embargo para ello es necesario conocer las características que agrupan la idea de negocio mediante su aceptación en el mercado, en la que destaca: **Oferta;** Es principalmente las cantidades necesarias que ofrece una empresa o competidor respecto a un producto y/o servicio, la cual cumple con una serie de aspectos valorativos por el público general o segmento en la cual está dirigido de manera estratégica. **Demanda;** Es esencialmente la cantidad o conjunto de bienes y servicios que los clientes requieren para cumplir sus necesidades, sin embargo, esta comprende una serie de exigencias, por las cuales estarían dispuesto a adquirir. **Segmento de mercado;** Se basa fundamentalmente a los equipos o grupos de clientes que mantienen una similitud respecto a un determinado producto o servicio, con la finalidad de complacer sus deseos y acciones de compras.

Mientras que el **precio del servicio;** Es fundamentalmente aquellos aspectos que se determinan a través de los costos y beneficio adicional que genera establecer un precio acorde a las necesidades de la empresa y accesibilidad de los clientes, en función a que los productos o servicios, puedan ser adquirido en función a una pendiente de crecimiento. En función a estos factores o indicadores que permiten el crecimiento del entorno, es donde el plan de negocio inicia o surge puesto que se proporcionan una serie de lineamientos fundamentales para que pueda orientar sus actividades mediante la brecha de la demanda que se origina en función a la demanda frente a la oferta del entorno del mercado competitivo.

Por su parte Martínez (2016) mencionan que los factores que determinan los aspectos técnicos de un plan de negocio está también orientado por aquellos factores en función a los espacios, distribución o recursos necesarios para cumplir con la capacidad máxima de atención de los clientes respecto al

segmento de mercado a la cual estará dirigido el producto o servicio, así mismo para ello se tiene que tener en cuenta la demanda potencial y los costos que se incurran en función a los aspectos físicos del plan, destacándose los siguientes indicadores; **Tamaño o capacidad;** Es una pieza clave para la puesta en marcha de un plan de negocio así mismo se enfoca en la capacidad máxima y mínima en función a la atención en función a los criterios de confort y comodidad para los clientes. **Tecnología;** Es necesario durante la consideración de los aspectos físicos, puesto que esto agrupa principalmente los requerimientos tecnológicos necesarios para el plan de negocio que abarca los sistemas, equipos y maquinarias necesarias para alcanzar el rendimiento necesario para el desarrollo productivo y operativo.

**Infraestructura;** Es sencillamente en donde se distribuirán los diferentes ambientes, en donde se debe tener una simetría y concordancia respecto a la fluctuación de las líneas de servicio u operaciones que se realicen a diario, así mismo su reestructuración o implementación agrupa un alto costo de inversión.

**Localización;** Es otro de los indicadores claves que integra un negocio, debido a que es donde específicamente se ubicar la idea de negocio, teniendo en cuenta una serie de evaluación sobre los factores como los recursos del entorno, cercanía, demanda, insumos y entre otros aspectos que deben ser considerado en concordancia a la competencia para hacer de ubicación geográfica la más adecuada.

Sainz (2018) expresa que para poder iniciar con la fase un plan de negocio se debe tener en cuenta también su formación o principalmente su constitución que comprende también los niveles organizacionales abarcando ciertos indicadores como; **Leyes, normas y reglamentos,** Son una serie de factores documentarios en cumplimiento de las normas según su naturaleza conforme a cada país, siendo su cumplimiento necesaria para el adecuado funcionamiento del plan de negocio a un largo plazo, la cual constituye su formación empresarial, considerando las categoría y las actividades que realizaran en control con el estado o supervisión legal en función a sus normativas. **Constitución organizacional,** Es el inicio de la actividad empresarial, la cual abarca el cumplimiento de los procedimiento legales y administrativos que permita esencialmente la formación y organización activa ante los regímenes o

categorías empresariales, en cumplimiento a los tipos de sociedades a disposición del país. **Estructura organizacional**, Son aquellos lineamientos que conforma principalmente el organigrama del negocio, así como las funciones y responsabilidades que el personal debe cumplir en función a las tareas o actividades que deben realizar durante cada jornada laboral.

Pérez y Gonzáles (2019) menciona que otra de las fases fundamentales dentro de un plan de negocio y en consideración a la estructura de costos, es la evaluación económica y financiera del plan, a través de aquellos indicadores de evaluación y análisis que están constituidos esencialmente por; Recuperación de la inversión; Es principalmente en donde se establece en qué periodo inicia y termina la inversión, en función a los años, meses o días que abarca el plan, la cual esta denominado como PRI, siendo su calculo a traves:  $PRI = a + (b-c)/d$

Así mismo otro de los aspectos claves dentro de un plan de negocio, es la evaluación del valor actual neto, denominado VAN, que se realiza mediante dos enfoques importantes, a nivel económico y financiero. Según Pérez y Gonzáles (2019) **Valor Actual Neto (VAN / VNA)**; Es un indicador que permite medir la viabilidad del plan de negocio a nivel económico y financiero, estableciendo la tasa de descuento y considerando el valor de la inversión y los ingresos o ganancias que se generan, así también de las obligaciones financieras, la cual está determinado de la siguiente manera:

$$VAN = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{FN_j}{(1+i)^j}$$

Pérez (2017) menciona que otro de los indicadores de evaluación del plan de negocio es la tasa interna de retorno o conocida como TIR, que también mantienen dos enfoques a nivel económico y financiero, la cual abarca la consideración de la inversión respecto a la rentabilidad de sus actividades, así también es donde se establece los aspectos claves para aceptar la inversión del plan. Se calcula de la siguiente manera:

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

Según Rodríguez (2017) expresa que el **Beneficio y costo (B/C)**, es uno de los indicadores que usualmente abarca a demostrar la rentabilidad del plan de negocio, a través de sus análisis, en donde se consideran aquellos criterios como  $B/C > 1$ , indica que los beneficios superan los costes, por consiguiente, el proyecto debe ser considerado,  $B/C=1$ , aquí no hay ganancias, pues los beneficios son iguales a los costes y  $B/C < 1$ , muestra que los costes son mayores que los beneficios, no se debe considerar. Siendo estos indicadores fundamentales que se basan aceptar o rechazar la viabilidad de un plan de negocio, siendo fundamental para la puesta en marcha a un largo plazo.

En función a el problema general; ¿Es el plan de negocios una herramienta que permita la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura? Siendo los problemas específicos; (a) ¿Cómo el entorno del mercado permitirá la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura?, (b) ¿Cómo el desarrollo del marketing permitirá la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura?, (c) ¿Cómo los procesos operacionales permitirán la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura?, (d) ¿Como los factores estratégicos permitirá la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura?, (e) ¿Cómo los factores organizacionales permitirán la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura?, (f) ¿Es viable económico y financieramente la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura?.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) para determinar los aspectos que permitirán justificar un estudio es necesario conocer las implicancias que tiene respecto al investigación, que responden las razones fundamentales de su elaboración y está a su vez está compuesto por las relevancias, por lo cual dese una relevancia práctica debido a que el plan de negocios abarca una necesidad recreacional en cumplimiento con las necesidades del mercado sechurano respecto a la población que conforma los distintos distritos, siendo necesario una problemática en función a sus requerimiento y necesidades respecto a los servicios que se brinden, por lo cual de manera práctica se busca determinar el nivel de viabilidad económica y

financiera, en función a la creación de un centro campestre con la capacidad y aspectos físicos necesarias que exige el segmento potencial.

Desde una relevancia económica y financiera, porque el plan de negocios busca conocer los flujos de ingresos y egresos, así como las utilidades mensuales que se obtendrán producto de los servicios que se ofrecerán en el mercado a través de un plan de negocios, estableciendo las cuotas de financiamiento necesario y conociendo el periodo de retorno de la inversión, generando un valor económico para los accionistas o los inversión en función a la ejecución de dicho negocio, por lo cual esta relevancia implica principalmente a que el estudio sustentara las razones económica para la factibilidad de su aplicación en la ciudad de Sechura.

Finalmente desde una relevancia social, debido a que el estudio contribuirá a los diferentes distritos de Sechura a promover la recreación de sus habitante a diferencia de los servicios campestres que ofrecen la competencia, así mismo promoviendo el turismo local y a nivel nacional mediante acciones enfocadas a garantizar un bienes social, así también servirá como fuente de información para futuros estudios y la participación de nuevos inversores sobre la creación de un centro campestre en la ciudad, otorgando todos los lineamientos necesarios para aprovechar la brecha de demanda potencial en función a generar fuente de ingresos mediante las proyecciones establecidas en el presente plan de negocios.

Mientras que el objetivo general; Elaborar un plan de negocios para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura. Siendo su objetivo específico; (a) Analizar el entorno del mercado para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura. (b) Establecer los factores de marketing para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura. (c) Diseñar los procesos operacionales para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura. (d) Establecer los factores estratégicos para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura. (e) Establecer los factores organizacionales para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la

Provincia de Sechura. (f) Evaluar la viabilidad económica y financieramente para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura

## **II. MÉTODO**

### **2.1 Tipo y diseño de investigación**

Según Hernández et al. (2014) este tipo de estudio es aplicada debido a que tiene como finalidad utilizar los conocimientos adquiridos en función al desarrollo de un plan de negocios en función a establecer aquellos aspectos estratégicos, organizacionales, marketing, operacional y fundamentalmente de la viabilidad de un centro campestre en la ciudad de Sechura. Es de corte transversal, debido a que la recolección de los datos será pertinentemente en un periodo delimitado en función al tiempo en función a los sucesos, recursos y aspectos necesarios para el desarrollo del plan de negocios. Finalmente tiene un enfoque mixto, debido a que se recolectaran información de manera cualitativa y cuantitativo a través de hechos medibles o cuantificables.

En relación al diseño del estudio, está es descriptiva debido a que estos tipos de estudios describen esencialmente los diferentes procesos, factores, hechos o fenómenos como se presentan de manera natural en función a la creación de un centro campestre en la ciudad de Sechura, con la finalidad de evaluar y analizar la viabilidad tanto económica y financiera, así como de los diferentes aspectos o fases que intervienen para sustentar los objetivos propuesto. (Hernández et al., 2014)

## 2.2 Variable, Operacionalización

Tabla 1. Matriz de operacionalización de la variable plan de negocios

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA DE MEDIDA
VI. PLAN DE NEGOCIOS	Moreno (2016) define al plan de negocio como el conjunto de procesos relacionados principalmente a poder entender y planificar adecuadamente las fases o etapas necesarias para la creación de una idea de negocio en función al cumplimiento normativo y legal, así mismo de la evaluación económica y financiera que abarcara una serie de actividades	<ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis del entorno</li> </ul>	Se medirá mediante los indicadores de segmento de mercado, estimación de la demanda y oferta, así mismo de clientes potenciales mediante la estimación de cálculos a través de los datos obtenidos del cuestionario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Segmento de mercado</li> <li>Estimación de la demanda y oferta</li> <li>Clientes potenciales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nominal</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Marketing</li> </ul>	Se medirá mediante los indicadores tarifas o precios, productos y/o servicios, plaza y promoción a través de los datos obtenidos en el cuestionario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tarifas o precios</li> <li>Producto y/o servicio</li> <li>Plaza</li> <li>Promoción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nominal</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Proceso operacional</li> </ul>	Se medirá mediante los indicadores de localización, tamaño, tecnología, distribución, capacidad de atención y ciclo del servicio a través de los datos obtenidos en el cuestionario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Localización del negocio</li> <li>Tamaño del negocio</li> <li>Tecnología</li> <li>Distribución física</li> <li>Capacidad de atención</li> <li>Ciclo del servicio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nominal</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis estratégico</li> </ul>	Se medirá mediante los indicadores de misión, visión, objetivos estratégicos, valores y estrategias a través de los datos obtenidos en el cuestionario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Misión del negocio</li> <li>Visión del negocio</li> <li>Objetivos estratégicos</li> <li>Valores del negocio</li> <li>Estrategias del negocio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nominal</li> </ul>

	necesarias para cumplir con la valoración.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Análisis organizacional</li> </ul>	Se medirá mediante los indicadores de estructura organizativa, organigrama, manual y reglamentos, así mismo de los aspectos legales a través de los datos obtenidos en el cuestionario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Organigrama organizacional</li> <li>▪ Estructura organizativa</li> <li>▪ Manual de organización y funciones</li> <li>▪ Reglamentos internos del trabajo</li> <li>▪ Aspectos legales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nominal</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Análisis financiero y económico</li> </ul>	Se medirá mediante los indicadores de la recuperación de la inversión, VAN, TIR y beneficio – costo, mediante el caculo de beneficio a través de los flujos de ingreso y egreso, así como el flujo de la inversión financiera.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Recuperación de la inversión</li> <li>▪ Valor actual neto</li> <li>▪ Tasa interna de retorno</li> <li>▪ Beneficio - costo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Razón</li> </ul>

**Fuente;** Elaborado por los autores.

## 2.3 Población, muestra y muestreo

### 2.3.1 Población

De acuerdo a la población del estudio, esta principalmente estuvo conformado por 79,177 habitantes entre los diferentes grupos de edades, utilizando los datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI, respecto al censo del periodo 2017 de la ciudad de Sechura, así mismo es importante mencionar que el segmento a la cual está dirigido el servicio es a las personas del segmento AB, C y D de las zonas urbanas y rurales de los diferentes distritos, siendo un total de 50,357 personas, teniendo en cuenta datos de la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados – APEIM.

### 2.3.2 Muestra

En relación a la muestra, esta conformara un grupo de personas que abarca la población total, así mismo utilizando la fórmula estadística de población conocida, debido a que está es menor a 100,000 individuos, a través del muestreo probabilístico aleatorio simple, debido a que los individuos comparten las mismas características demográficas respecto a los distintos distritos de la ciudad de Sechura. A continuación, se reemplazará la siguiente formula teniendo en cuenta el error de fracaso del 5%.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

**Donde:**

- N: 50,357 personas (Población)
- Z $\alpha$ : 1.96 (Nivel de Confianza: 95%)
- P: probabilidad de concurrencia: 50%
- Q: 1 – p probabilidad de no concurrencia: 50%
- d: error muestral de 5%

**Reemplazando los valores en la fórmula:**

$$n = \frac{50,357 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (50,357 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 381 \text{ encuestas}$$

### **2.3.3 Muestreo**

El muestreo es probabilístico aleatorio simple, debido a que los individuos que conforma el sujeto del estudio, poseen las mismas cualidades demográficas y representan una intención por adquirir los servicios del centro campestre de la ciudad de Sechura, las cuales serán sujetos a evaluación con el propósito de determinar el segmentos, demanda y clientes potenciales que conformara el plan de negocios.

## **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **2.4.1 Técnicas e instrumentos de recolección**

Para la recolección de datos será necesario la utilización de una serie de técnicas e instrumentos que permita obtener información necesaria para el desarrollo del plan de negocios relacionados con la creación de un centro campestre en la ciudad de Sechura. A continuación, se describen:

*Encuesta;* Según Hernández et al., (2014) mencionan que es una de las técnicas más relevantes durante el proceso de recolección de datos, así mismo es de tipo cuantitativa, debido a que permite obtener la valoración o selección de alternativas, mediante las diferentes interrogantes en función a la variable; Plan de negocios, a través de escalas de medidas y preguntas dicótomas en función a sustentar el objetivo del estudio. *Cuestionario;* Es un instrumento que fue aplicado de manera aleatoria a los habitantes o personas de los diferentes distritos de la ciudad de Sechura, la cual estuvo compuesto por 27 ítems en función a medir la variable, Plan de negocio, las cuales permitieron sustentar los objetivos establecidos en el estudio, principalmente la viabilidad de la creación del negocio.

### **2.4.3 Confiabilidad**

Para determinar el nivel de confianza, esta principalmente se basa a una prueba piloto de la muestra o población del estudio, mediante la aplicación del cuestionario, sin embargo, al ser el instrumento principal el cuestionario que estuvo compuesto por

preguntas en escala y dicótomas o cerradas, no aplicada el instrumento, por el contrario, su aplicación permite conocer el nivel de *alfa de crombach*, la cual es necesario para su aplicación con fines científicos. (Gomez, 2012)

#### **2.4.4 Validez**

De acuerdo a la validez del contenido, esta principalmente abarca la evaluación de los ítems o preguntas que conforma el instrumento principal del cuestionario respecto a la variable; *Plan de negocios*, así mismo mediante unas fichas de valoración, las cuales serán determinado por tres jueces expertos o especialistas en función a establecer si dichos ítems o preguntas mantienen una relación o consistencia técnica en función a los indicadores propuestos, permitiendo de esta manera mediante un dictamen aprobatorio, su aplicación a cabalidad al sujeto de estudio, para la recolección de los datos. (Baena, 2014)

#### **2.5 Procedimiento**

Respecto al procedimiento relacionado con el instrumento, esta estuvo compuesto por un cuestionario aplicado a los habitantes o personas de los distritos de la ciudad de Sechura, mediante una escala de medida cerrada o dicótomas con la finalidad de medir la variable; *plan de negocios*, con el propósito de sustentar los objetivos establecidos en función a las fases o procesos que abarca la creación de un centro campestre.

#### **2.6 Método de análisis de datos**

En función al método de análisis, está principalmente abarcara un tipo descriptivo en función a la utilización de un instrumento como el cuestionario aplicado a las personas o habitantes de la ciudad de Sechura, las cuales fueron representados estadísticamente por tablas de frecuencia y porcentaje, donde se evidencia la aceptación de los factores que determinan el plan de negocio respecto a la creación de un centro campestre, así mismo utilizando los programas como Excel 2019 y el software SPSS a través del sistema operativo Windows 10 – 64bits, para el análisis e interpretación. (Hernandez et al., 2014)

## **2.7 Aspectos éticos**

El desarrollo del plan de negocios, estuvo enfocado por una serie de principios o criterios éticos que han sido fundamental para cada fase metodológica del estudio, así mismo entre los principales aspectos éticos se consideró; la aceptación intelectual de las fuentes primarias y secundarias, así mismo de la veracidad de los datos que se recolecten en función a la aplicación del instrumento cuestionario y bases teorías, sin realizar manipulación alguna, sino de tal manera como se presenten naturalmente en función a los diferentes sucesos o fenómenos, así también respetando a los grupos de interés respecto a la formulación de los ítems o interrogantes, evitando ciertas discrepancia o incomodidad durante su valoración o selección de las alternativas de respuestas, además de la autenticidad en función a cada fase o etapa que comprende el desarrollo del plan. (Noreña, 2012)

## **III. RESULTADOS**

El análisis de los resultados del estudio, comprende principalmente la aplicación de los instrumentos como el cuestionario para sustentar y demostrar

la aceptación del plan de negocio en función a la creación de un Centro Recreacional Campestre San Juan II, sin embargo en función a determinar su viabilidad financiera y económico se consideró un análisis de los costos que intervienen en los aspectos tangibles e intangibles, así como el capital de trabajo, estructura de inversión, financiamiento y otros elementos claves para poder sustentar de manera cuantitativa del plan. A continuación, se describen a través de los objetivos específicos y finalmente del objetivo general:

**OBJETIVO ESPECÍFICO N° 1;** Analizar el entorno del mercado para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura

**Tabla 2. Características relacionadas con la demanda**

Aspectos	Escala de alternativas	F(X)	F(%)
▪ Edades que presenta los encuestados	10 - 20 años	45	11.81%
	21 - 30 años	170	44.62%
	31 - 40 años	85	22.31%
	41 - 50 años	53	13.91%
	51 años a mas	28	7.35%
	Total ( $\Sigma$ )	381	100.00%
▪ Sexo que presenta los encuestados	Masculino	193	50.66%
	Femenino	188	49.34%
	Total ( $\Sigma$ )	381	100.00%
▪ Nivel de ingreso promedio que presentan los encuestado	Menos de S/.930.00	119	31.23%
	Entre S/. 931.00 a 1,500.00	132	34.65%
	Entre S/. 1,501.00 a 2,500.00	90	23.62%
	Entre S/. 2,500.00 a 3,500.00	37	9.71%
	S/. 3,500.00 a más.	3	0.79%
	Total ( $\Sigma$ )	381	100.00%

**Fuente;** Aplicación del cuestionario.

La Tabla 2., muestra que las edades más representativas para la creación de un Centro Campestre, comprende principalmente un 44.62% las edades de 21 a 30 años, a diferencia del 7.35% que comprende las edades de 51 años a más, por su parte el sexo más representativo es masculino un 50.66% a diferencia de femenino un 49.34%, así mismo los niveles de ingreso promedio por lo general están constituidos un 34.65% entre S/. 931.00 a 1,500.00, a diferencia del 0.79% que percibe un ingreso de S/. 3.500.00 a más, siendo las principales características que comprende la demanda del estudio.

**Tabla 3. Características relacionas con el comportamiento de la demanda**

<b>Aspectos</b>	<b>Escala de alternativas</b>	<b>F(X)</b>	<b>F(%)</b>
▪ Lugares que visita frecuentemente en familia o amigos	Restaurante	91	23.88%
	Centro Recreacional	147	38.58%
	Playa	68	17.85%
	Discoteca	63	16.54%
	Parque de Diversiones	12	3.15%
	Total ( $\Sigma$ )	381	100.00%
▪ Gastos que realiza en sus tiempos libres de ocio, diversión y entretenimiento	Hasta S/. 100.00	151	39.63%
	Entre S/. 100.00 a 200.00	61	16.01%
	Entre S/. 200.00 a 400.00	138	36.22%
	Entre S/. 401.00 a 500.00	25	6.56%
	S/. 501.00 a mas	6	1.57%
Total ( $\Sigma$ )	381	100.00%	
▪ Nivel de concurrencia en algún centro campestre	Una vez a la semana	67	17.59%
	Una vez quincenal	152	39.90%
	Una vez al mes	61	16.01%
	Una vez al año	101	26.51%
Total ( $\Sigma$ )	381	100.00%	
▪ Los centros campestres de la ciudad de Sechura satisfacen sus necesidades y requerimientos	Totalmente de acuerdo	121	31.76%
	De acuerdo	25	6.56%
	En desacuerdo	215	56.43%
	Total ( $\Sigma$ )	381	100.00%

**Fuente;** Aplicación del cuestionario.

La Tabla 3., muestra que los lugares que frecuentemente visitan con familia o amigos son un 38.58% los centros recreacionales, a diferencia del 3.15% que considero los parques de diversión, mientras que en función a los gastos que realizan para su diversión o entretenimiento, muestra un 39.63% un valor de hasta S/. 100.00, a diferencia del 1.57% que gastaría un promedio de

S/. 501.00 a más, así también el nivel de concurrencia en algún centro campestre, el 39.90% considera una vez a la quincena o dos veces al mes, a diferencia del 16.01% que solo frecuentaría una vez al mes, sin embargo en función a la satisfacción de sus necesidades o requerimiento de los centros campestres actuales en la ciudad de Sechura, muestra un 56.43% que está en desacuerdo a diferencia del 6.56% que está de acuerdo, demostrando que es necesario cumplir con su nivel de satisfacción principalmente de los servicios que exigen los clientes potenciales.

**Tabla 4. Características relacionadas con la aceptación y motivos a adquirir los servicios**

<b>Aspectos</b>	<b>Escala de alternativas</b>	<b>F(X)</b>	<b>F(%)</b>
▪ Nivel de aceptación en la creación de un centro campestre	Si	368	96.59%
	No	13	3.41%
	Total ( $\Sigma$ )	381	100.00%
▪ Concurrencia en los centros recreacionales en compañía	Familia	161	43.75%
	Amigos	148	40.22%
	Pareja	50	13.59%
	Solo	5	1.36%
	Otros	4	1.09%
	Total ( $\Sigma$ )	368	100.00%
▪ Motivos para asistir a los centros recreacionales	Mantenerse activo	131	35.60%
	Conocer más personas	65	17.66%
	No sentirse solo en casa	78	21.20%
	Aprender y explorar nuevas cosas	52	14.13%
	Otros	42	11.41%
	Total ( $\Sigma$ )	368	100.00%

**Fuente;** Aplicación del cuestionario.

La Tabla 4., muestra que el nivel de aceptación para la creación de un nuevo centro campestre es considerablemente aceptable, debido a que el 96.59% lo califico afirmativamente a diferencia del 3.41% que no está de acuerdo, mientras que en función a si con quien frecuentaría los servicios del centro recreacional, el 43.75% considero a su familia a diferencia de un 1.09% que califico a otros, así mismo en relación a los motivos para asistir a los centros recreacionales, el 35.60% considera como para mantenerse activos, a diferencia del 21.20% considera por no sentirse sola en casa, demostrando que existe una

aceptación del plan de negocio que define la demanda potencias que usualmente adquiriría los servicios recreacionales.

**Tabla 5. Características relacionadas con la competencia u oferta**

<b>Aspectos</b>	<b>Escala de alternativas</b>	<b>F(X)</b>	<b>F(%)</b>
▪ Centros de entretenimiento que acude frecuentemente	Jhonny Manuelito	83	22.55%
	San Juan I	162	44.02%
	Sol Sol	45	12.23%
	Los Rosales	78	21.20%
	Total ( $\Sigma$ )	368	100.00%
▪ Nivel de satisfacción de los servicios que ofrecen los centros campestres actuales	Totalmente satisfecho	25	6.79%
	Satisfecho	120	32.61%
	Ni satisfecho Ni insatisfecho	150	40.76%
	Insatisfecho	58	15.76%
	Totalmente insatisfecho	15	4.08%
Total ( $\Sigma$ )	368	100.00%	
▪ El nuevo centro recreacional debe poseer una infraestructura amplia y moderna	Totalmente de acuerdo	176	47.83%
	De acuerdo	137	37.23%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	43	11.68%
	En desacuerdo	3	0.82%
	Totalmente en desacuerdo	9	2.45%
Total ( $\Sigma$ )	368	100.00%	

**Fuente;** *Aplicación del cuestionario.*

La Tabla 5., muestra que en los centros de entretenimiento que acuden frecuentemente el 44.02% considero el centro San Juan I, a diferencia del 12.23% que frecuentemente visitaría el centro Sol Sol, a pesar que existen solos 4 competidores u ofertantes que ofrecen servicios recreacionales en la ciudad de Sechura, así también 40.76% se sienten en los niveles de satisfacción de ofrecen los centros actuales o los competidores, el 40.76% no se siente ni satisfecho, ni insatisfechos, a diferencia del 4.08% que está totalmente satisfecho, demostrando que la competitividad no ha mostrado un índice de un posicionamiento adecuado en el sector de servicios recreacionales.

**Tabla 6. Población en función realizada en el periodo 2017**

<b>COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA</b>	
PERIODO	POBLACIÓN CENSAL
2017	79,177

*Fuente; Elaborado por los autores*

**Tabla 7. Segmento de la población respecto al Periodo 2017**

<b>DEMANDA POTENCIAL</b>		
PERIODO	POBLACIÓN CENSAL	APEIM NSE / AB=4.1% ; C=21,8% ; D=37.7%
2017	79,177	50,357

*Fuente; Elaborado por los autores*

**Tabla 8. Nivel de aceptación y frecuencia mensual de la demanda**

<b>DEMANDA ACTUAL</b>			
Demanda potencial	Nivel de aceptación (96.59%)	Frecuencia mensual (2 Veces)	Frecuencia Anual
50,357	48,639	97,279	1,167,346

*Fuente; Elaborado por los autores*

**Tabla 9. Nivel de Aceptación y frecuencia mensual de la demanda**

<b>OFERTANTE ACTUAL</b>	
Criterio	Distribución de la oferta
4 competidores	291,836

*Fuente; Elaborado por los autores*

**Tabla 10. Proyección de la demanda a 10 años**

Periodo Anual	Estimación
2020	1,189,525
2021	1,212,126
2022	1,235,157
2023	1,258,625
2024	1,282,539
2025	1,306,907
2026	1,331,738
2027	1,357,041
2028	1,382,825
2029	1,409,099

*Fuente; Elaborado por los autores*

**Tabla 11. Proyección de la oferta a 10 años**

Periodo Anual	Estimación
2020	297,381
2021	303,032
2022	308,789
2023	314,656
2024	320,635
2025	326,727
2026	332,935
2027	339,260
2028	345,706
2029	352,275

*Fuente; Elaborado por los autores*

**Tabla 12. Brecha de la demanda anual en los 10 años**

PERIODO ANUAL	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL	PROYECCIÓN DE LA OFERTA ACTUAL	BRECHA DE LA DEMANDA	DEMANDA A SATISFACER (20.48%)
2020	1,189,525	297,381	892,144	200,554
2021	1,212,126	303,032	909,095	204,365
2022	1,235,157	308,789	926,368	208,247
2023	1,258,625	314,656	943,969	212,204
2024	1,282,539	320,635	961,904	216,236
2025	1,306,907	326,727	980,180	220,345
2026	1,331,738	332,935	998,804	224,531
2027	1,357,041	339,260	1,017,781	228,797
2028	1,382,825	345,706	1,037,119	233,144
2029	1,409,099	352,275	1,056,824	237,574

*Fuente; Elaborado por los autores*

Las Tablas, muestran que para poder determinar la brecha de la demanda fue necesario considerar un año base según cuadros censales, en donde se evidencia una población mayor en la ciudad de Sechura de 79,177 individuos, por la cual mediante la determinación del nivel de aceptación del 96.59% y de los niveles socioeconómicos NSE AB, C y D, reflejo un total de 50,357 de demanda potencial, sin embargo se consideraron otros criterios relacionados con la frecuencia de visita en los servicios del centro recreacional, considerando mayormente dos veces al mes, así mismo de la proyección de la demanda y oferta, mediante la fórmula de proyección de regresión lineal considerando una tasa de crecimiento del 1.9% en donde muestra una demanda actual para el periodo 2020 de 1,189,525 por frecuencia que adquirirían los servicios, sin embargo la diferencia relacionado con el ofertante que muestra para ese año 297,381 individuos, reflejando una brecha de demanda favorable de 892,144 frecuencia de veces que adquirirían los servicios del servicios campestre, sin embargo solo se va a satisfacer anualmente el 22.48% en función a la capacidad de atención máxima.

**OBJETIVO ESPECÍFICO N° 2;** Establecer los factores de marketing para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura

**Tabla 13. Características relacionadas con los servicios campestres**

Aspectos	Escala de alternativas	F(X)	F(%)
▪ Factores más valorativos en la adquisición del servicio campestre	Precio	41	11.14%
	Calidad	37	10.05%
	Buen Servicio	59	16.03%
	Comodidad	62	16.85%
	Todos los anteriores	169	45.92%
	Total ( $\Sigma$ )	368	100.00%
▪ Tipos de servicios que le gustaría que exista en un centro campestre	Áreas de piscinas	116	31.52%
	Alojamiento	99	26.90%
	Restaurante	92	25.00%
	Discoteca	19	5.16%
	Parque de diversiones	24	6.52%
	Área de juegos para niños	18	4.89%
	Total ( $\Sigma$ )	368	100.00%
▪ Tipos de juegos que le gustaría que exista en un centro campestre	Juegos mecánicos	55	14.95%
	Tirolesa	98	26.63%
	Bungee Jumping	23	6.25%
	Rapel	22	5.98%
	Motocross	142	38.59%
	Paseo en caballo	13	3.53%
	Fiestas temáticas	15	4.08%
	Total ( $\Sigma$ )	368	100.00%
▪ Plataforma que le gustaría adquirir o reservar los servicios	En el propio centro recreacional	179	48.64%
	Portal web	109	29.62%
	Redes sociales	52	14.13%
	Fax	28	7.61%
	Total ( $\Sigma$ )	368	100.00%

**Fuente;** Aplicación del cuestionario.

La Tabla 13., muestra que los factores más valorativos de la demanda en función a la adquisición de los servicios, el 45.92% considera el precio, calidad, buen servicio y comodidad, a diferencia del 10.05% que solo considero a la calidad con factor clave, así mismo respecto a los tipos de servicios que le gustaría que exista en un centro campestre, el 31.52% considero las áreas de piscina, a diferencia del 3.53% que considero el paseo a caballo, mientras que la plataforma para realizar la compra de los servicios o al menos su reserva, el 48.64% considera de manera física en el centro recreacional, a diferencia del 7.61% que considera como opción por llamadas y transferencias, demostrando que existen una serie de factores valorativos, en la cual se debe basar el plan de negocio.

**Tabla 14. Características relacionadas con las tarifas y/o precios**

Aspectos	Escala de alternativas	F(X)	F(%)
▪ Dispuestos a pagar por el nuevo servicio del centro campestre	Hasta S/. 20.00	132	35.87%
	Entre S/. 21.00 a 30.00	65	17.66%
	Entre S/. 31.00 a 40.00	58	15.76%
	Entre S/. 41.00 a 50.00	101	27.45%
	S/. 51.00 a mas	12	3.26%
	Total ( $\Sigma$ )	368	100.00%
▪ Opciones de pagos que más le agrada	Efectivo	198	53.80%
	Tarjeta de debito	80	21.74%
	Tarjeta de crédito	25	6.79%
	Transferencia a la cuenta.	65	17.66%
	Total ( $\Sigma$ )	368	100.00%

**Fuente;** Aplicación del cuestionario.

La Tabla 14., muestra que, en función a las tarifas y precios, el 35.87% está dispuesto pagar S/. 20.00 para adquirir los servicios del nuevo centro campestre, a diferencia del 3.26% que cancelaria hasta S/. 51.00 a más, teniendo en cuenta la calidad del servicio que debe ser un elemento clave, mientras que en función a las opciones de pago que más le agrada, el 53.80% considera el efectivo, a diferencia del 6.79% que considera tarjetas de crédito, demostrando que el nuevo centro debe ofrecer una serie de facilidades en los medios de pago más seguro.

**Tabla 15. Características relacionadas con las promociones del servicio.**

Aspectos	Escala de alternativas	F(X)	F(%)
▪ Es necesaria que el centro campestre realice actividades folclóricas y gastronómicas	Totalmente de Acuerdo	182	49.46%
	De acuerdo	97	26.36%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	42	11.41%
	En desacuerdo	29	7.88%
	Totalmente en desacuerdo	18	4.89%
	Total ( $\Sigma$ )	368	100.00%
▪ Accedería a paquetes promocionales mediante las plataformas digitales	Totalmente de Acuerdo	189	51.36%
	De acuerdo	82	22.28%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	61	16.58%
	En desacuerdo	34	9.24%
	Totalmente en desacuerdo	2	0.54%
	Total ( $\Sigma$ )	368	100.00%

**Fuente;** Aplicación del cuestionario.

La Tabla 15., muestra que, en función a las promociones del servicio, el 49.46% considera que es necesario que el centro campestre realice actividades folclóricas y gastronómicas periódicamente a diferencia del 7.88% que está en desacuerdo, así mismo el 51.36% esta totalmente de acuerdo en realizar y promover paquetes promociones mediante las plataformas digitales, demostrando una mayor relación e interacción de los clientes en función a los servicios recreacionales.

**Tabla 16. Factores relacionados con los medios y publicidades del servicio**

Aspectos	Escala de alternativas	F(X)	F(%)
▪ Los medios que más le agradaría informarse de los servicios	Internet	280	76.09%
	Periódico	15	4.08%
	Radio	63	17.12%
	TV	7	1.90%
	Revistas	3	0.82%
	Total ( $\Sigma$ )	368	100.00%
▪ Tipos de materiales de mercado que le agradaría	Folletos	245	66.58%
	Afiches	67	18.21%
	Autoadhesivos	41	11.14%
	Objetos	15	4.08%
	Total ( $\Sigma$ )	368	100.00%

	Totalmente de Acuerdo	232	63.04%
	De acuerdo	68	18.48%
▪ Es necesario la instalación de un panel publicitario informativo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	41	11.14%
	En desacuerdo	16	4.35%
	Totalmente en desacuerdo	11	2.99%
	Total ( $\Sigma$ )	368	100.00%

**Fuente;** Aplicación del cuestionario.

La Tabla 16., muestra que, en función a los factores relacionados con los medios y publicidades del servicio, el 76.09% considera que se debe informar sobre los servicios recreacionales mediante los medios de internet, a diferencia del 0.82% que considero revistas como última opción, así mismo el 66.58% considera que los tipos de materiales de mercado que más le agrada se basan en folletos a diferencia del 4.08% que considera objetos, mientras que el 63.04% considera que es necesario la instalación de un panel publicitario e información en el centro de la ciudad de Sechura, a diferencia del 2.99% que considera totalmente en desacuerdo, demostrando que los medios publicitarios son fundamental para alcanzar una mayor acogida por parte dela demanda potencial.

**OBJETIVO ESPECÍFICO N° 3;** Diseñar los procesos operacionales para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura

**Tabla 17. Características relacionadas con los factores operacionales**

Aspectos	Escala de alternativas	F(X)	F(%)
▪ El nuevo centro recreacional debe poseer una infraestructura amplia y moderna	Totalmente de acuerdo	176	47.83%
	De acuerdo	137	37.23%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	43	11.68%
	En desacuerdo	3	0.82%
	Totalmente en desacuerdo	9	2.45%
	Total ( $\Sigma$ )	368	100.00%
▪ Localización que le gustaría que se instale el centro campestre	Cerca de la playa	152	41.30%
	Parte céntrica de Sechura	39	10.60%
	Alrededores de Sechura	155	42.12%
	Cerca al Médano Blanco	14	3.80%
	Cerca al rio Sechura	8	2.17%
	Total ( $\Sigma$ )	368	100.00%
	Decoración moderna	200	54.35%

▪ Material de edificación que considera más adecuado	Decoración típica	15	4.08%
	Decoración rustica	98	26.63%
	Decoración ecológica	55	14.95%
	Total ( $\Sigma$ )	368	100.00%
▪ Le gustaría que cada área cuente con un personal especializado	Totalmente de Acuerdo	211	57.34%
	De acuerdo	127	34.51%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	5.98%
	En desacuerdo	7	1.90%
	Totalmente en desacuerdo	1	0.27%
	Total ( $\Sigma$ )	368	100.00%
▪ El personal debe contar con un uniforme adecuado	Totalmente de Acuerdo	202	54.89%
	De acuerdo	110	29.89%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	43	11.68%
	En desacuerdo	11	2.99%
	Totalmente en desacuerdo	2	0.54%
Total ( $\Sigma$ )	368	100.00%	

**Fuente;** Aplicación del cuestionario.

La Tabla 17., muestra que los factores operacionales que inciden en el plan de negociación, principalmente están relacionados en que el 47.83% está totalmente de acuerdo con que el nuevo centro recreacional deban poseer una infraestructura amplia y moderna, a diferencia el 0.82% que está en desacuerdo, mientras que la localización que le gustaría que se instale el centro campestre, el 42.12% considera en los alrededores de Sechura, a diferencia del 2.17% que considera cerca de su rio, así también en función a los materiales de edificación que considera más adecuado, el 54.35% considero la decoración moderno a diferencia del 4.08% que considero una decoración típica, por su parte el 57.34% está de acuerdo que cada área cuente con un personal especializado, a diferencia del 0.27% que está en totalmente en desacuerdo, mientras que el 54.89% está de acuerdo que el personal debe contar con un adecuado uniforme, a diferencia del 0.54% que está en totalmente en desacuerdo.

**Tabla 18. Factores competitivos para determinar la localización del centro campestre**

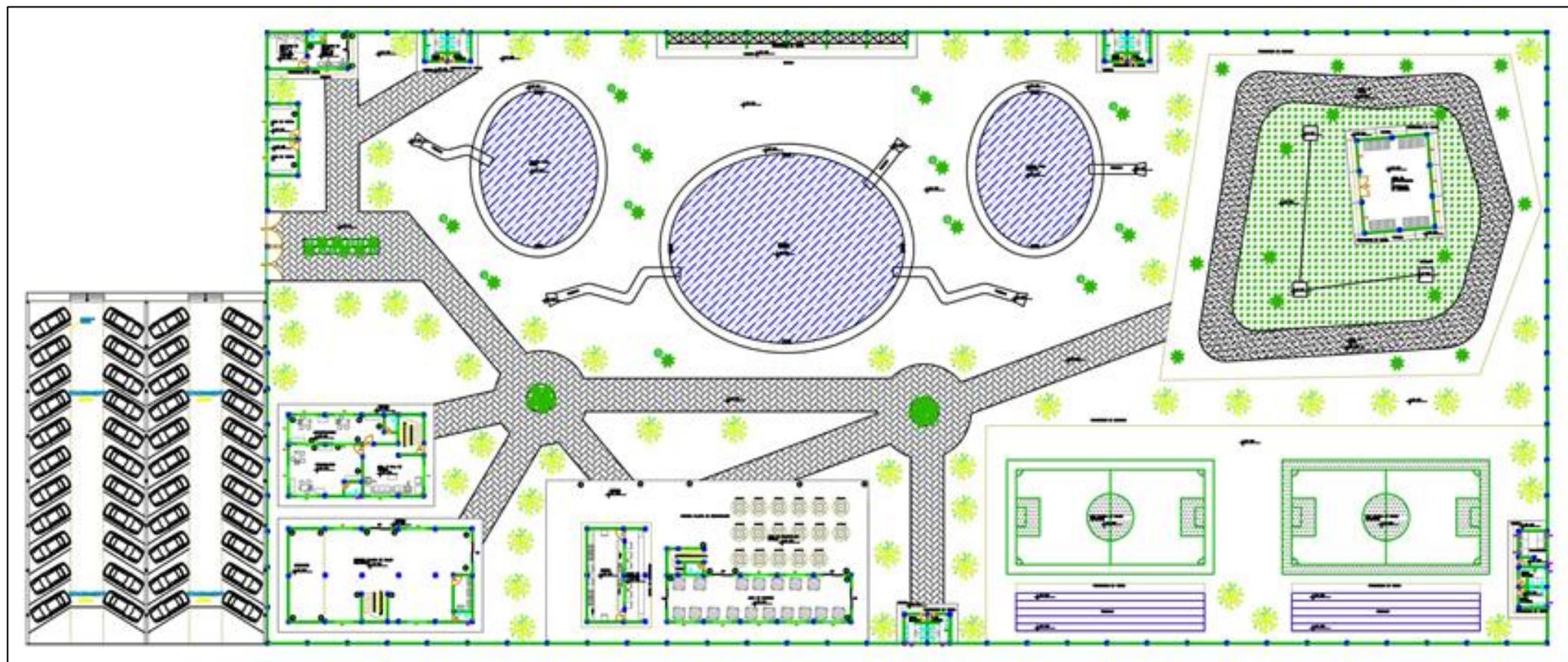
CRITERIOS	%	PUNTAJE					PROMEDIO				
		A	B	C	D	E	A	B	C	D	E
a. Cercanía a la demanda	20%	4	3	3	3	3	0.8	0.6	0.6	0.6	0.6
b. Accesibilidad de recursos	10%	3	2	3	3	3	0.3	0.2	0.3	0.3	0.3
c. Calidad del servicio	20%	3	2	3	1	4	0.6	0.4	0.6	0.2	0.8
d. Satisfacción al cliente	20%	3	2	3	1	3	0.6	0.4	0.6	0.2	0.6
e. Aspectos físicos	30%	2	3	3	4	4	0.6	0.9	0.9	1.2	1.2
<b>Total (<math>\Sigma</math>)</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2.9</b>	<b>2.5</b>	<b>3.0</b>	<b>2.5</b>	<b>3.5</b>
	<b>%</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

*Fuente; Elaborado por los autores.*

La Tabla 18., se ha realizado un análisis de los criterios de localización en la cual, A= Centro Recreacional Jhonny Manuelito, B= Centro Recreacional Sol Sol, C= Centro Recreacional San Juan I, D= Nuevo Centro Recreacional San Juan II, en donde se valoro los criterios como cercanía a la demanda, accesibilidad de los recursos, calidad del servicio, satisfacción al cliente y finalmente los aspectos físicos, en donde mediante la técnica de la observación esta mostro un promedio ponderado de 3.50 para el Nuevo Centro Recreacional San Juan II a diferencia del 2.50 que represento el Centro Recreacional Sol Sol, con una menor valoración, demostrando que el plan de negocio posee la ventaja necesaria para poder localizarse de manera efectiva en la ciudad de Sechura, principalmente a sus alrededores.

### Ilustración 1.

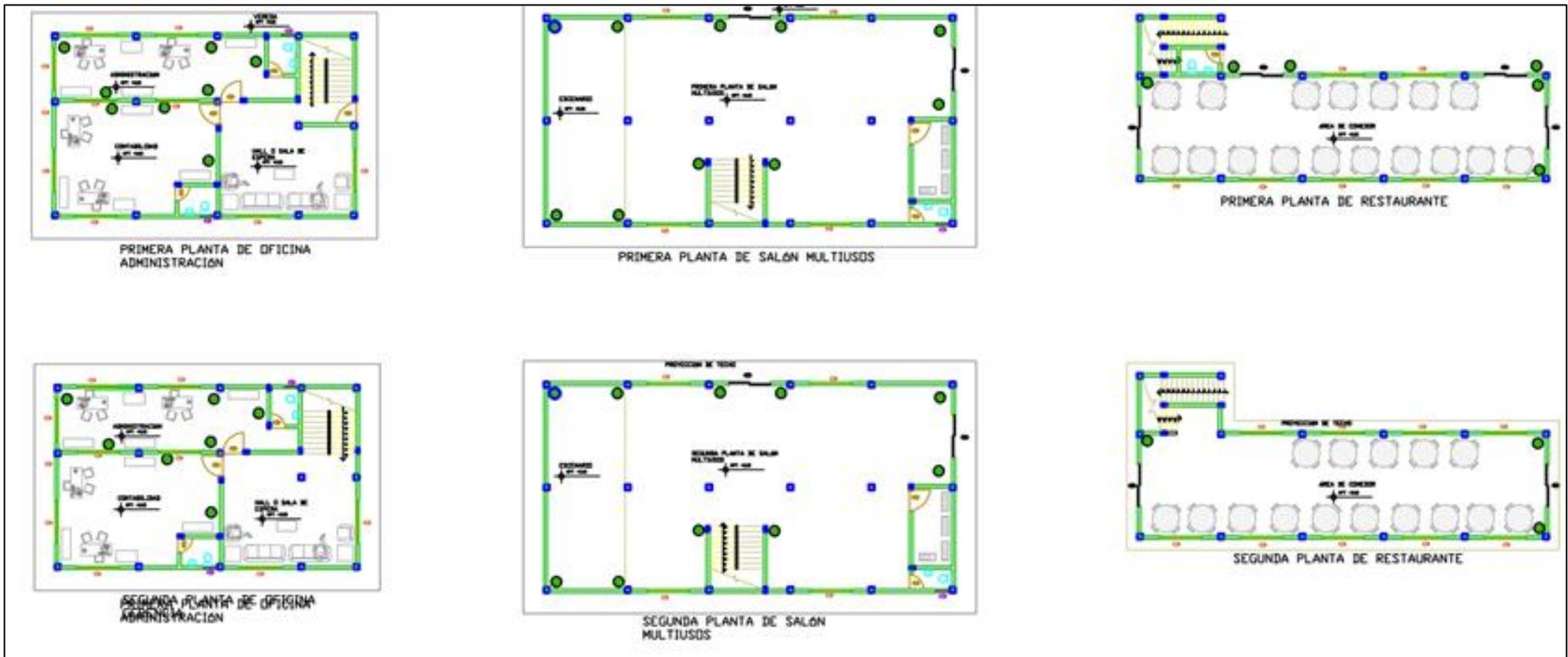
*Plano de distribución de los ambientes y áreas del Centro Recreacional Campestre San Juan II*



*Fuente; Elaborado por los autores.*

## Ilustración 2.

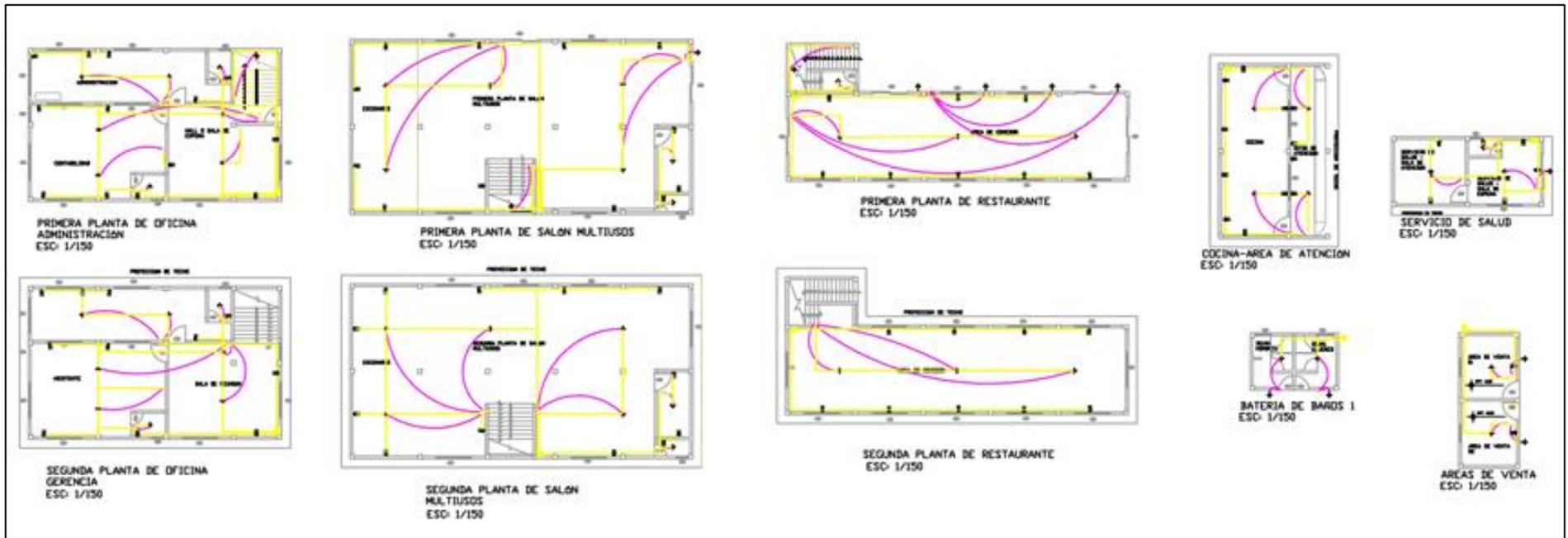
Plano de arquitectura de los ambientes y áreas del Centro Recreacional Campestre San Juan II



Fuente; Elaborado por los autores.

## Ilustración 3.

*Plano de instalaciones eléctricas de los ambientes y áreas del Centro Recreacional Campestre San Juan II*



**OBJETIVO ESPECÍFICO N° 4;** Establecer los factores estratégicos para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura

**Tabla 19. Factores que determinan la creación de un Centro Recreacional Campestre**

<b>ELEMENTOS ESTRATÉGICOS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Misión</li> </ul>	<p><i>“Ofrecer a nuestros socios y público en general un servicio de calidad en función a la variedad de servicios recreacionales, fomentando un mayor convivencia y valoración del medio ambiente mediante el confort y exclusividad de los ambientes”</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Visión</li> </ul>	<p><i>Ser una referencia nacional como un centro de recreación campestre que ofrece seguridad, calidad y accesibilidad en sus tarifas en función a sus ambientes, generando acciones de sostenibilidad ambiental y retorno a sus accionistas.</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Objetivos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Objetivo general:</b> Establecer un crecimiento del mercado local en un 50% respecto a los próximos cinco años</li> <li>▪ <b>Objetivo específico:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofrecer un servicio de calidad cumpliendo con los niveles de satisfacción a los clientes.</li> <li>- Fortalecer las relaciones de los clientes mediante canales de comunicación digital.</li> <li>- Ofrecer una variedad de gastronomía influencia por platos a la carta de la localidad.</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Valores del negocio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Lealtad,</b> se ofrece un servicio que se ajusta a los requerimientos e intereses de nuestros principales clientes.</li> <li>▪ <b>Respeto,</b> se ofrece equidad y trato respetable a todos nuestros clientes, en los diferentes servicios que solicita.</li> <li>▪ <b>Ética y moralidad,</b> el personal que se dispone cuenta con el perfil profesional e integro para brindar un servicio de atención de calidad a todos nuestros clientes.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Armonía</b>, se ofrece un ambiente de compromiso y confort para los clientes en función a fortalecer los niveles de satisfacción, así también de un clima laboral efectivo.</li> <li>▪ <b>Comunicación</b>, se utilizarán los canales de comunicación necesarios para poder cumplir con brindar la información en los servicios que se ofrecen y de las principales promociones.</li> <li>▪ <b>Servicio</b>, fortalecemos las relaciones de nuestros clientes mediante el esfuerzo interno en función a responder a todos sus quejas y/o reclamos de inmediato.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Estrategias del negocio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generar una imagen representativa en función a la marca, generando una mejor confianza por parte de los clientes.</li> <li>- Atraer y retener clientes mediante promociones relacionados a ofertas y descuentos en los servicios.</li> <li>- Establecer ventajas competitivas relacionados con los servicios recreacionales que ofrece.</li> <li>- Reducir los costos para generar un mayor liderazgo en el sector a diferencia de las competencias.</li> <li>- Establecer nuevos segmentos de mercados para generar un mayor posicionamiento.</li> </ul>

**Fuente;** Elaborado por los autores.

**OBJETIVO ESPECÍFICO N° 5;** Establecer los factores organizacionales para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura

En el presente resultado se tendrá en cuenta principalmente los factores que sustentan la creación de un Centro Recreacional Campestre, la ciudad de Sechura, en donde se explica cómo está conformado orgánicamente el plan de negocio a nivel organizacional, así también de la realización del Manual de Organización y Funciones (MOF) y El Reglamento Interno de Trabajo (RIT), finalmente la constitución jurídica del estudio, demostrando que es factible su creación desde una perspectiva organizacional y jurídico, que a continuación se describen:

**MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES (M.O.F.)  
CENTRO RECREACIONAL CAMPESTRE SAN JUAN II**

**CONTENIDO**

**I. INTRODUCCIÓN**

- 1.1. Objetivos
- 1.2. Alcances
- 1.3. Referencias
- 1.4. Aprobación

**II. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA**

- 2.1. Naturaleza
- 2.2. Objetivos
- 2.3. Estructura orgánica

**III. FUNCIONES**

- 3.1. Función general
- 3.2. Función específico

## **I. INTRODUCCIÓN**

El presente manual respecto a la organización y funciones que abarcara el Centro Recreacional Campestre San Juan II S.A.C., se basara en función a sus estatutos establecidos, en función a lo Junta de Accionistas respecto a los lineamientos de las actividades dedicadas, en función a la ciudad de Sechura y en normativa de la Municipalidad Provincial.

### **1.1. Objetivos**

Fortalecer el conocimiento y estructura orgánica en cumplimiento de sus funciones y responsabilidades laborales.

### **1.2. Alcance**

Está enfocado dentro del marco normativo en función a las actividades productivas y servicios recreacionales turísticos que ofrece el centro recreacional respecto a promover su lineamiento y conocimiento organizacional.

### **1.3. Referencias**

- Políticas internas del centro recreacional
- Políticas específicas del centro recreacional
- Políticas de lineamiento organizacionales

### **1.4. Aprobación**

En cumplimiento con los reglamentos y estatutos establecido en la Junta de Accionistas, en representación por el gerente del Centro Recreacional Campestre San Juan II, en aprobar, divulgar e implementar en cumplimiento a las actividades que rigen durante el proceso operativo y de su desarrollo empresarial.

## **II. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA**

### **2.1. Naturaleza**

El Centro Recreacional Campestre, es una empresa dedicada principalmente a ofrecer una variedad de servicios relacionados a promover el turismo, beneficio social y sobre todo la recreación en las familias de la ciudad de Sechura, siendo esta una sociedad de derecho o de tipo privada.

### **2.2. Objetivo**

Ofrecer un servicio recreacional de calidad al público en general respecto al confort y armonía en los diferentes ambientes del Centro Recreacional, maximizando sus niveles de satisfacción.

### **2.3. Estructura orgánica**

La empresa Centro Recreacional Campestre San Juan II S.A.C., para el cumplimiento de sus actividades y objetivos, contara con la siguiente estructura orgánica:

#### **2.3.1. Junta de accionistas**

- Accionistas

#### **2.3.2. Área de gerencia**

- Gerente

#### **2.3.3. Área administrativa**

- Administrador
- Asistente administrativo

#### **2.3.4. Área financiera**

- Contador público
- Asistente contable

#### **2.3.5. Área de Caja**

- Taquillero

#### **2.3.6. Área de atención**

- Mozos

#### **2.3.7. Área de cocina o preparación**

- Chef ejecutivo
- Chef Secundario
- Asistente de cocina

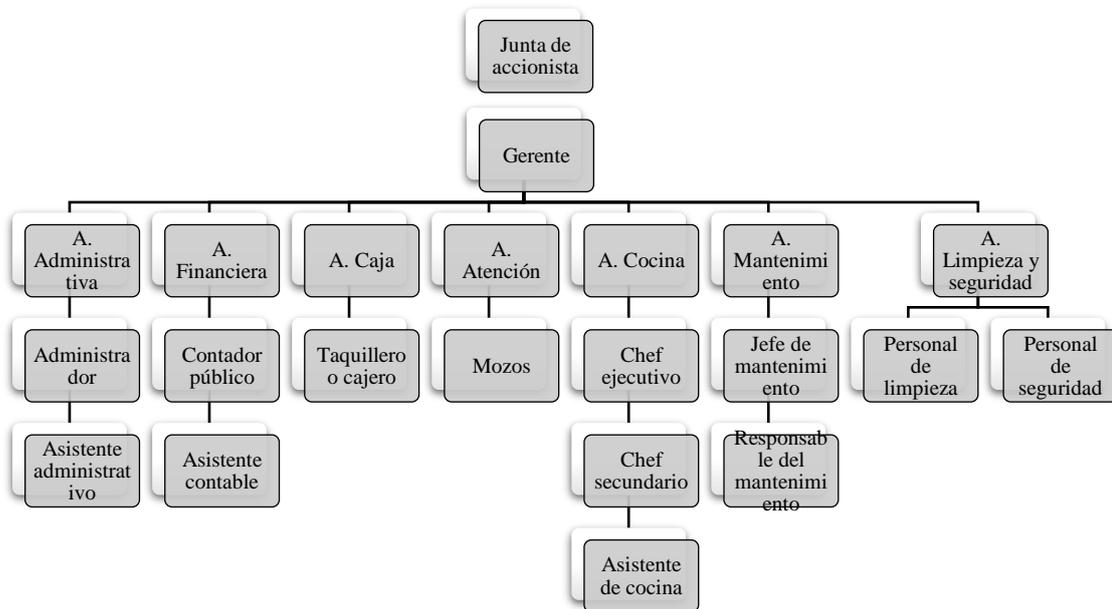
### 2.3.8. Área de mantenimiento

- Jefe de mantenimiento
- Responsable del mantenimiento

### 2.3.9. Área de limpieza y seguridad

- Personal de limpieza
- Personal de seguridad

## 2.4. Organigrama del Centro Recreacional Campestre San Juan II



### III. Descripción de las funciones

<b>U. Orgánica:</b>	Área de gerencia	<b>Cargo:</b>	Gerente
---------------------	------------------	---------------	---------

#### A. Función general

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Representar legal, administrativa, financiera y empresarialmente ante cualquier situación o contexto laboral la cual sea necesario en cumplimiento con la suministración de los procesos de gestión de la empresa.</li> </ul>
--

#### B. Funciones específicas

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Orientar adecuadamente las operaciones de la empresa en cumplimiento con los lineamientos administrativos y financieros.</li> <li>- Proporcionar a la junta de accionistas la información y asesoría adecuada respecto a las actividades que se vienen ejecutando.</li> <li>- Informar a la junta de accionista el estado financiero y económico de la empresa</li> <li>- Garantizar el adecuado uso de los recursos que dispone la empresa</li> <li>- Gestionar toda actividad, documentación, negociación o declaración en bienestar de la empresa.</li> <li>- Evaluar y seleccionar al personal idóneo en función a los diferentes puestos laborales de manera temporal o indefinido.</li> <li>- Ejecutar toma de decisiones de financiamiento e inversión en cumplimiento del crecimiento o desarrollo empresarial.</li> <li>- Validar y aprobar todo tipo de documentación que sea necesaria en cumplimiento con sus obligaciones laborales.</li> </ul>
---

#### C. Línea de autoridad

<b>Depende de:</b>	<b>Accionista:</b>
<b>Ejerce mando – Supervisión sobre:</b>	Administrador, contador, asistentes, taquillero, mosos, chef, personal de mantenimiento, seguridad y limpieza.

#### D. Requisitos mínimos:

<b>Formación:</b>	
<b>Nivel de Educación logrado</b>	Título profesional de Administración de empresa Económica, Contador público y carreras afines.
<b>Títulos, especialidades u otros</b>	Magister en Administración, negocios internacionales u otros relacionados.
<b>Experiencia</b>	
<b>Experiencia mínima</b>	No menor de 2 año de experiencia en el mismo cargo o puesto laboral.
<b>Experiencia especifica</b>	Entre 3 a 4 años de experiencia en cargos similares.

<b>Conocimientos básicos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conocimiento avanzando de los sistemas administrativos, logística, inventario, marketing y finanzas.</li> <li>▪ Nivel de manejo avanzado en los sistemas operativos, programas office y aplicativos de indole tecnológicos.</li> </ul>

### **E. Perfil de competencias**

<b>Competencias laborales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Planificación y organización</li> <li>▪ Capacidad de análisis</li> <li>▪ Capacidad de toma de decisiones</li> <li>▪ Capacidad de gestión</li> <li>▪ Mejora continua</li> <li>▪ Comunicación</li> <li>▪ Trabajo en equipo</li> <li>▪ Liderazgo laboral</li> </ul>
-------------------------------	---

<b>U. Orgánica:</b>	Área administrativa	<b>Cargo:</b>	Administrador
---------------------	------------------------	---------------	---------------

#### **A. Función general**

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Desarrollar las diferentes actividades relacionados con los procesos administrativos, como planificación, organización, dirección y control en toda la empresa en cumplimiento de los objetivos y metas establecidas.</li> </ul>
---

#### **B. Funciones específicas**

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificar las actividades durante cada jornada laboral en cumplimiento con las condiciones de trabajo establecido.</li> <li>- Fortalecer el compromiso y conocimiento laboral mediante herramientas de gestión administrativa.</li> <li>- Supervisar el correcto proceso de las diferentes áreas en función a las normas y reglamentos establecidos.</li> <li>- Realizar sanciones o suspensiones de acuerdo al reglamento de trabajo establecido</li> <li>- Realizar acciones correctivas en función a los imprevistos o conflictos laborales</li> <li>- Suministrar adecuadamente los recursos económicos, financieros y laborales en relación a las metas establecidas.</li> <li>- Evaluar financiera y económicamente mediante reportes periódicos dirigidos al gerente de la empresa</li> <li>- Realizar una serie de estrategias basados a fortalecer las ventas de la empresa y orientar al personal en sus áreas.</li> </ul>
--

#### **C. Línea de autoridad**

<b>Depende de:</b>	<b>Accionista:</b>
<b>Ejerce mando – Supervisión sobre:</b>	Asistentes, taquillero, mozos, chef, personal de mantenimiento, seguridad y limpieza.

**D. Requisitos mínimos:**

<b>Formación:</b>	
<b>Nivel de Educación logrado</b>	Título profesional de Administración de empresa Económica, Contador público y carreras afines.
<b>Títulos, especialidades u otros</b>	No es necesario
<b>Experiencia</b>	
<b>Experiencia mínima</b>	No menor de 1 año de experiencia en el mismo cargo o puesto laboral.
<b>Experiencia específica</b>	Entre 2 a 3 años de experiencia en cargos similares.

<b>Conocimientos básicos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conocimiento avanzando de los sistemas administrativos, marketing y finanzas.</li> <li>▪ Nivel de manejo intermedio en los sistemas operativos, programas office y aplicativos de índole tecnológicos.</li> </ul>	

**E. Perfil de competencias**

<b>Competencias y valores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Procesos administrativos</li> <li>▪ Inteligencia emocional</li> <li>▪ Habilidad comunicativa</li> <li>▪ Trabajo en equipo</li> <li>▪ Control laboral</li> <li>▪ Liderazgo laboral</li> <li>▪ Orientación laboral</li> <li>▪ Capacidad de análisis</li> <li>▪ Trabajo en equipo</li> <li>▪ Liderazgo</li> </ul>
-------------------------------	---

<b>U. Orgánica:</b>	Área caja	<b>Cargo:</b>	Cajera
---------------------	-----------	---------------	--------

**A. Función general**

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Realizar los registros y arqueos adecuados en función a los ingresos y egresos que se perciben durante cada jornada laboral.</li> </ul>
--

## B. Funciones específicas

<ul style="list-style-type: none"><li>- Atender y recibir a los clientes en función al registro de los cobros realizados diariamente</li><li>- Verificar los billetes y monedas nacionales respecto a su autenticidad</li><li>- Distribuir adecuadamente los billetes y monedas obtenidos en cada jornada</li><li>- Garantizar el adecuado cumplimiento de los procesos de caja.</li><li>- Realizar reportes semanales sobre los arqueos de caja</li><li>- Realizar un registro sobre los ingresos y salidas que se producen durante cada venta</li><li>- Organizar el manejo de caja en función a los recursos económicos recaudados</li><li>- Contabilizar el flujo de efectivo obtenido diariamente e informar al personal a cargo</li></ul>
---

## C. Línea de autoridad

<b>Depende de:</b>	<b>Accionista:</b>
<b>Ejerce mando – Supervisión sobre:</b>	No ejerce mando alguno.

## D. Requisitos mínimos:

<b>Formación:</b>	
<b>Nivel de Educación logrado</b>	Técnico en Administración de empresa contabilidad o carreras afines.
<b>Títulos, especialidades u otros</b>	No es necesario
<b>Experiencia</b>	
<b>Experiencia mínima</b>	No menor a 6 meses de experiencia en el mismo cargo o puesto laboral.
<b>Experiencia específica</b>	Entre 1 a 2 años de experiencia en cargos similares.

## Conocimientos básicos

<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Conocimiento avanzando de los sistemas de caja, arqueos y reportes estadísticos</li><li>▪ Nivel de manejo intermedio en los sistemas operativos, programas office y aplicativos de índole tecnológicos.</li></ul>
---

## E. Perfil de competencias

<b>Competencias laborales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Organización</li><li>▪ Comunicación</li><li>▪ Relaciones laborales</li><li>▪ Adaptabilidad laboral</li><li>▪ Participación laboral</li><li>▪ Compromiso laboral</li><li>▪ Iniciativa laboral</li></ul>
-------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cooperación laboral</li> </ul>
--	---

<b>U. Orgánica:</b>	Área de atención	<b>Cargo:</b>	Mozos
---------------------	------------------	---------------	-------

#### **A. Función general**

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Atender de inmediato a los diferentes clientes o consumidores en las áreas de comedor o restaurant, manteniendo un alto nivel de capacidad de respuesta.</li> </ul>
--

#### **B. Funciones específicas**

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atender a los clientes o consumidores en general</li> <li>- Informar sobre los diferentes productos o platos a la carta disponibles</li> <li>- Tomar lista sobre sus pedidos o quejas que realizan eventualmente</li> <li>- Ofrecerle una serie de alternativas u opciones complementarias a sus platos solicitados</li> <li>- Indicarle sobre los tiempos de espera para la entrega de sus pedidos</li> <li>- Informar al personal superior sobre los imprevistos o dificultades presentadas en cada jornada laboral.</li> <li>- Cumplir con los horarios laborales establecidos en la empresa.</li> <li>- Utilizar las prendas de vestir en cumplimiento con las políticas de la empresa</li> </ul>
--

#### **C. Línea de autoridad**

<b>Depende de:</b>	<b>Accionista:</b>
<b>Ejerce mando – Supervisión sobre:</b>	No ejerce mando alguno.

#### **D. Requisitos mínimos:**

<b>Formación:</b>	
<b>Nivel de Educación logrado</b>	Secundaria, Universitarios o carrera trunca
<b>Títulos, especialidades u otros</b>	No es necesario
<b>Experiencia</b>	
<b>Experiencia mínima</b>	No menor a 3 meses de experiencia en el mismo cargo o puesto laboral.
<b>Experiencia específica</b>	Entre 6 a 1 año de experiencia en eventos o actividades similares.

<b>Conocimientos básicos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conocimiento sobre los procesos de entrega de pedido y solución de conflictos ante algunas queja o reclamo.</li> </ul>	

- Nivel de manejo básico en los sistemas operativos, programas office y aplicativos de índole tecnológicos.

### E. Perfil de competencias

<b>Competencias y valores laborales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Proactivo</li> <li>▪ Inteligencia emocional</li> <li>▪ Responsable</li> <li>▪ Honesto</li> <li>▪ Comunicación laboral</li> <li>▪ Participación laboral</li> <li>▪ Trabajo en equipo</li> <li>▪ Puntualidad</li> </ul>
---	--

<b>U. Orgánica:</b>	Área de cocina o preparación	<b>Cargo:</b>	Chef ejecutivo
---------------------	------------------------------	---------------	----------------

#### A. Función general

- Supervisar y garantizar el cumplimiento adecuado de los diferentes platos servidos solicitados por los comensales.

#### B. Funciones específicas

- Diseñar los platos servicios durante cada jornada laboral
- Realizar sus reportes de requerimiento en los insumos en el área de cocina
- Designar las funciones y responsabilidades al personal de cocina
- Mejorar y optimizar los procesos de preparación de platos servidos
- Supervisar el adecuado cumplimiento de las actividades del personal de cocina
- Direccionar y fortalecer las relaciones laborales en el área de cocina
- Evaluar y establecer los precios mas adecuados para cada plato a la carta
- Informar adecuadamente los diferentes imprevistos o deficiencias a su jefe al mando

#### C. Línea de autoridad

<b>Depende de:</b>	<b>Accionista:</b>
<b>Ejerce mando – Supervisión sobre:</b>	Chef secundario y asistentes de cocina

#### D. Requisitos mínimos:

<b>Formación:</b>	
<b>Nivel de Educación logrado</b>	Título de Chef profesional
<b>Títulos, especialidades u otros</b>	No es necesario
<b>Experiencia</b>	
<b>Experiencia mínima</b>	No menor a 1 año de experiencia en el mismo cargo o puesto laboral.

<b>Experiencia específica</b>	Entre 1 a 2 año de experiencia en cargo opuestos similares
-------------------------------	--

<b>Conocimientos básicos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conocimiento sobre las técnicas gastronómicas a nivel nacional en función a los platos y bebidas típicas o tradicionales</li> <li>▪ Nivel de manejo básico en los sistemas operativos, programas office y aplicativos de índole tecnológicos.</li> </ul>	

### E. Perfil de competencias

<b>Competencias y valores laborales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Proactivo</li> <li>▪ Inteligencia emocional</li> <li>▪ Liderazgo</li> <li>▪ Direccionamiento laboral</li> <li>▪ Comunicación laboral</li> <li>▪ Productivo</li> <li>▪ Honesto</li> <li>▪ Trabajo en equipo</li> </ul>
---	--

<b>U. Orgánica:</b>	Área de cocina o preparación	<b>Cargo:</b>	Chef secundario
---------------------	------------------------------	---------------	-----------------

### A. Función general

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cumplir eficientemente con las diferentes ordenes de cocina ante los distintos clientes o comensales.</li> </ul>
---

### B. Funciones específicas

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verificar y cumplir con la adecuada preparación de las diferentes presentaciones de los platos servidos.</li> <li>- Garantizar el adecuado orden y corrección de los espacios relacionados con el área de cocina.</li> <li>- Fortalecer las relaciones entre sus compañeros de área en función a mantener una adecuada coordinación.</li> <li>- Establecer los métodos más eficientes ante cualquier pedido requerido.</li> <li>- Asignar al personal asistente de cocina los diferentes roles relacionados con los platos servidos a diario.</li> <li>- Identificar los puntos críticos en función a la corrección de limpieza en los ambientes de cocina</li> <li>- Apoyar al chef principal al cumplimiento correcto en cada plato servido</li> <li>- Asumir la representación del chef principal siempre y cuando sea necesario</li> </ul>
---

### C. Línea de autoridad

<b>Depende de:</b>	<b>Accionista:</b>
<b>Ejerce mando – Supervisión sobre:</b>	Asistentes de cocina

#### D. Requisitos mínimos:

<b>Formación:</b>	
<b>Nivel de Educación logrado</b>	Técnico en gastronomía
<b>Títulos, especialidades u otros</b>	No es necesario
<b>Experiencia</b>	
<b>Experiencia mínima</b>	No menor a 6 meses de experiencia en el mismo cargo o puesto laboral.
<b>Experiencia específica</b>	Entre 6 a 1 año de experiencia en cargo o puestos similares

#### Conocimientos básicos

- Conocimiento sobre las técnicas gastronómicas a nivel nacional en función a los platos y bebidas típicas o tradicionales
- Nivel de manejo básico en los sistemas operativos, programas office y aplicativos de índole tecnológicos.

#### E. Perfil de competencias

<b>Competencias y valores laborales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Compromiso</li><li>▪ Actitud positiva</li><li>▪ Comunicación efectiva</li><li>▪ Trabajo en equipo</li><li>▪ Liderazgo laboral</li><li>▪ Orientación laboral</li><li>▪ Resolución de conflictos</li><li>▪ Compromiso laboral</li></ul>
---	---

<b>U. Orgánica:</b>	Área de mantenimiento	<b>Cargo:</b>	Jefe de mantenimiento
---------------------	-----------------------	---------------	-----------------------

#### A. Función general

- Supervisar el correcto mantenimiento de los diferentes recursos físicos y técnicos en los ambientes de la empresa.

#### B. Funciones específicas

- Verificar el correcto cumplimiento de las actividades de mantenimiento
- Verificar la realización de los reportes técnicos de los equipos
- Garantizar la eficiencia de los procesos de mantenimiento
- Realizar un diagnóstico y comunicar las deficiencias de los equipos.
- Realizar las solicitudes de requerimiento de manera formal sobre los materiales y suministros.
- Orientar al personal responsable sobre algunos aspectos técnicos
- Hacer que el personal responsable cumpla con el horario laboral establecido.

### C. Línea de autoridad

<b>Depende de:</b>	<b>Accionista:</b>
<b>Ejerce mando – Supervisión sobre:</b>	Responsable del mantenimiento

### D. Requisitos mínimos:

<b>Formación:</b>	
<b>Nivel de Educación logrado</b>	Técnico en administración, electricista o mecánico automotriz.
<b>Títulos, especialidades u otros</b>	No es necesario
<b>Experiencia</b>	
<b>Experiencia mínima</b>	No menor a 1 año de experiencia en el mismo cargo o puesto laboral.
<b>Experiencia específica</b>	Entre 1 a 2 año de experiencia en cargo opuestos similares

### Conocimientos básicos

<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Conocimiento sobre los procesos operativos y técnicos en función a los mantenimientos físicos y motorizados.</li><li>▪ Nivel de manejo avanzado en los sistemas operativos, programas office y aplicativos de índole tecnológicos.</li></ul>
--

### E. Perfil de competencias

<b>Competencias y valores laborales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Orientación laboral</li><li>▪ Capacidad de decisión</li><li>▪ Capacidad de diagnóstico</li><li>▪ Productividad</li><li>▪ Liderazgo laboral</li><li>▪ Planificación laboral</li><li>▪ Organización laboral</li><li>▪ Trabajo en equipo</li></ul>
---	---

<b>U. Orgánica:</b>	Área de mantenimiento	<b>Cargo:</b>	Responsable del mantenimiento
---------------------	-----------------------	---------------	-------------------------------

### F. Función general

<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Suministrar y realizar actividades operativas variadas en función al correcto mantenimiento de las diferentes áreas y equipos.</li></ul>
--

### G. Funciones específicas

<ul style="list-style-type: none"><li>- Verificar el correcto estado de los vehículos, equipos y espacios técnicos</li><li>- Solicitar los materiales necesarios previamente para las actividades de mantenimiento</li><li>- Cumplir con los mantenimientos programados durante cada jornada laboral</li></ul>
--

- Informar al jefe de mantenimiento sobre algunos imprevistos o dificultades durante el proceso operativo.
- Garantizar el adecuado funcionamiento de las piscinas, canchas y de los sistemas eléctricos.
- Cumplir con el llenado de las fichas de control para cada mantenimiento.

#### H. Línea de autoridad

<b>Depende de:</b>	<b>Accionista:</b>
<b>Ejerce mando – Supervisión sobre:</b>	No ejerce mando alguno

#### I. Requisitos mínimos:

<b>Formación:</b>	
<b>Nivel de Educación logrado</b>	Secundaria completa o carrera universitaria trunca
<b>Títulos, especialidades u otros</b>	No es necesario
<b>Experiencia</b>	
<b>Experiencia mínima</b>	No menor a 1 año de experiencia en el mismo cargo o puesto laboral.
<b>Experiencia específica</b>	Entre 1 a 2 año de experiencia en cargo o puestos similares

#### Conocimientos básicos

- Conocimiento sobre las actividades relacionados con los cambios de aceite, verificación eléctrica y mantenimiento básico de piscinas.
- Nivel de manejo básico en los sistemas operativos, programas office y aplicativos de índole tecnológicos.

#### J. Perfil de competencias

<b>Competencias y valores laborales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Productivo</li> <li>▪ Honesto</li> <li>▪ Trabajo en equipo</li> <li>▪ Liderazgo laboral</li> <li>▪ Acciones correctivas</li> <li>▪ Toma de decisiones</li> <li>▪ Planificación laboral</li> <li>▪ Puntualidad</li> </ul>
---	---

<b>U. Orgánica:</b>	Área de limpieza y seguridad	<b>Cargo:</b>	Limpieza
---------------------	------------------------------	---------------	----------

#### A. Función general

- Garantizar el cumplimiento adecuado de las actividades de limpieza en los diferentes ambientes o área de la empresa.

## B. Funciones específicas

<ul style="list-style-type: none"><li>- Realizar la limpieza en los distintos ambientes o áreas de la empresa.</li><li>- Establecer los cronogramas de limpieza en ambientes con mayor suciedad</li><li>- Hacer efectivo la visualización de la limpieza en los ambientes</li><li>- Informar sobre algunas anomalías o deficiencias en la limpieza de los ambientes</li><li>- Solicitar los requerimientos de ambientadores u otros químicos de limpieza</li><li>- Establecer normas de limpieza de manera visible en los ambientes.</li></ul>
--

## C. Línea de autoridad

<b>Depende de:</b>	<b>Accionista:</b>
Ejerce mando – Supervisión sobre:	No ejerce mando alguno

## D. Requisitos mínimos:

<b>Formación:</b>	
<b>Nivel de Educación logrado</b>	Secundaria completa
<b>Títulos, especialidades u otros</b>	No es necesario
<b>Experiencia</b>	
<b>Experiencia mínima</b>	No menor a 3 meses de experiencia en dichas actividades o funciones
<b>Experiencia específica</b>	Entre 6 meses a 1 año de experiencia en dichas actividades laborales

## Conocimientos básicos

<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Conocimiento sobre la utilización de equipos sistematizados de limpieza en función a los diferentes ambientes de la empresa</li><li>▪ Nivel de manejo básico en los sistemas y aplicativos de índole tecnológicos.</li></ul>
--

## E. Perfil de competencias

<b>Competencias y valores laborales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Productivo</li><li>▪ Lealtad</li><li>▪ Confiable</li><li>▪ Amable</li><li>▪ Adaptabilidad laboral</li><li>▪ Compromiso laboral</li><li>▪ Trabajo en equipo</li><li>▪ Responsabilidad laboral</li></ul>
---	--

<b>U. Orgánica:</b>	Área de limpieza y seguridad	<b>Cargo:</b>	Seguridad
---------------------	------------------------------	---------------	-----------

## A. Función general

- Garantizar el resguardo y seguridad durante la estancia del público en general en los ambientes de la empresa.

### **B. Funciones específicas**

- Velar por la seguridad de los ambientes físicos en la empresa
- Realizar con las actividades de monitoreo y resguardo
- Garantizar la seguridad en playa de estacionamiento
- Monitorear las cámaras de seguridad
- Realizar los reportes de alguna incidencia relacionado con seguridad de los ambientes

### **C. Línea de autoridad**

<b>Depende de:</b>	<b>Accionista:</b>
<b>Ejerce mando – Supervisión sobre:</b>	No ejerce mando alguno

### **D. Requisitos mínimos:**

<b>Formación:</b>	
<b>Nivel de Educación logrado</b>	Secundaria completa
<b>Títulos, especialidades u otros</b>	Especialidad en respaldo y seguridad.
<b>Experiencia</b>	
<b>Experiencia mínima</b>	No menor a 3 meses de experiencia en dichas actividades o funciones
<b>Experiencia específica</b>	Entre 6 a 1 año de experiencia en dichas actividades laborales

### **Conocimientos básicos**

- Conocimiento sobre actividades de resguardo y seguridad personal.
- Nivel de manejo básico en los sistemas y aplicativos de índole tecnológicos.

### **E. Perfil de competencias**

<b>Competencias y valores laborales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Confianza</li> <li>▪ Trabajo en equipo</li> <li>▪ Adaptabilidad laboral</li> <li>▪ Productividad</li> <li>▪ Cooperación laboral</li> <li>▪ Compromiso laboral</li> </ul>
---	---

## **REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO (R.I.T.) CENTRO RECREACIONAL CAMPESTRE SAN JUAN II**

### **CONTENIDO**

<b>TITULO I.</b>	Del objeto, finalidad y alcance
<b>TITULO II.</b>	Del ingreso del trabajador
<b>TITULO III.</b>	Responsabilidades y obligaciones laborales
	<b>CAPITULO I.</b> Del horario de trabajo
	<b>CAPITULO II.</b> De la asistencia y puntualidad
	<b>CAPITULO III.</b> De las tardanzas e inasistencias
<b>TITULO IV.</b>	Derechos laborales
	<b>CAPITULO I.</b> De las licencias
	<b>CAPITULO II.</b> De los permisos
	<b>CAPITULO III.</b> De las vacaciones
<b>TITULO V.</b>	Medidas disciplinarias

## **TITULO I.**

### **Del objeto, finalidad y alcance**

**ARTICULO 1°.** El presente reglamento tiene como finalidad establecer una serie de lineamiento y normas en función a poder controlar los derechos, funciones y responsabilidades laborales en relación a las actividades que deben desarrollar en cada jornada laboral.

**ARTICULO 2°.** El propósito del reglamento es poder realizar un adecuado orden de los recursos administración y laborales en el centro campestre.

**ARTICULO 3°.** Las disposiciones establecidas en el reglamento, se aplicarán al recurso laboral de las diferentes tipos o modalidades de régimen laboral.

## **TITULO II.**

### **Del ingreso del trabajador**

**ARTICULO 4 °.** El ingreso del personal en el centro recreacional campestre para poder cumplir con las vacantes laborales, se realizará mediante una evaluación publica, en

función a poder determinar una serie de procesos de evaluación y entrevista, para seleccionar la persona idónea.

**ARTICULO 5 °.** Los contratos laborales se realizarán en función a las disposiciones laborales establecidos por el ministerio del trabajo – MINTRA.

**ARTICULO 6 °.** Todo personal contratado en el centro recreacional, debe cumplir con los perfiles o requisitos establecidos, así mismo debe adjuntar la certificación o documentos que avalen su presentación.

**ARTICULO 7 °.** La evaluación de los postulantes o participantes comprenderá los siguientes criterios:

- a. Evaluación de su CV
- b. Prueba de conocimiento
- c. Entrevista laboral
- d. Otras pruebas sean necesarias

### **TITULO III.**

#### **Responsabilidad y obligaciones laborales**

##### **CAPITULO I.** Del horario de trabajo

**ARTICULO 8 °.** El horario establecido en cada jornada laboral será aprobado por el gerente del centro recreacional, así mismo entrará en vigencia en el presente día, las cuales el colaborador tiene la obligación de cumplir en función a lo establecido.

**ARTICULO 9 °.** El personal contará con una disponibilidad de 30 minutos de manera diaria para poder tomar su refrigerio en función a los turnos o plazos de tiempo establecido por el centro.

**ARTICULO 10 °.** El horario establecido debe ser cumplido de manera efectiva, así mismo esta debe ser postergada ni suspendida, en tal caso se considerará como una falta grave y disciplinaria.

## **CAPITULO II.** De la asistencia y puntualidad

**ARTICULO 11 °.** Es de carácter obligatorio que el personal registre su asistencia, ingreso y salida, mediante el sistema biométrico establecido.

**ARTICULO 12 °.** La gerencia y el área administrativa solo podrán autorizar al personal que se encuentre exonerado ante una determinada asistencia.

**ARTICULO 13 °.** El personal debe siempre permanecer en su área de trabajo durante cada jornada diaria, la cual de ser supervisado continuamente por su jefe principal.

## **CAPITULO III.** De las tardanzas e inasistencias

**ARTICULO 14 °.** El registro después del horario establecido, constituye una tardanza, la cual debe ser notificada y sustentada.

**ARTICULO 15 °.** La frecuencia y constante niveles de tardanza, serán sancionados mediante los descuentos y en algunos casos excepcionales a despidos.

**ARTICULO 16 °.** El personal tendrá una tolerancia máxima de 5 min diarios para no ser sancionado o descontado pertinentemente en su remuneración bruta.

**ARTICULO 17 °.** El personal tendrá una tolerancia máxima de 5 min diarios para no ser sancionado o descontado pertinentemente en su remuneración bruta.

**ARTICULO 17 °.** No se considerarán tardanzas, descuentos o sanciones en función a las situaciones relacionados con;

- a. Accidente de transporte
- b. Riesgo de salud
- c. Permisos solicitados con anterioridad

**ARTICULO 18°.** Se considerará como inexistencia aquellos trabajadores o personal que no asista al centro de labores.

## **TITULO IV.**

## **Derechos laborales**

### **CAPITULO I. De las licencias**

**ARTICULO 19°.** Se considerarán licencias a aquellos trabajadores autorizados previamente a no asistir al centro laboral en periodo superiores a tres días seguidos.

**ARTICULO 20°.** Se considerarán los siguientes aspectos en función a las licencias laborales:

- a. Por enfermedad
- b. Por talleres o actividades de la empresa
- c. Por motivos particulares
- d. Por motivos personales
- e. Por motivos familiares

**ARTICULO 21°.** Para acceder a las licencias, el personal debe presentar una constancia y solicitarlo previamente en el caso lo amerite

### **CAPITULO II. Los permisos**

**ARTICULO 22°.** Se considerar permisos al personal autorizados hasta una disponibilidad de 3 días seguidos.

**ARTICULO 23°.** Se brindarán permisos mediante los siguientes aspectos o criterios:

- a. Por descanso médico, siendo sustentado
- b. Por motivos personales
- c. Por motivos particulares
- d. Por motivos familiares

**ARTICULO 24°.** Los permisos serán previamente autorizados por el personal administrativo y gerencia.

### **CAPITULO III. Las vacaciones**

**ARTICULO 25°.** Se procederá dispondrá de vacaciones de descanso al personal que a cumplido con los lineamientos laborales, previo cumplimiento de los días fijos establecidos en el centro de trabajo.

**ARTICULO 26°.** Las vacaciones son de índole obligatorio, en cumplimiento con el ministerio de trabajo, la cual se debe disponer de forma interrumpida, siendo un máximo anual de 15 días.

## **TITULO V. Medidas disciplinarias**

**ARTICULO 27°.** Las faltas e incumplimiento de funciones laborales constituyen y amerita medidas disciplinarias de sanción.

**ARTICULO 28°.** Las sanciones son el acto por el cual se busca el ordenamiento y cumplimiento laboral del personal.

**ARTICULO 29°.** Las sanciones o medidas, solo se considerarán en el siguiente caso:

- a. Amonestación oral o escrita
- b. Suspensión de 3 días
- c. Suspensión de 5 días
- d. Suspensión de 10 días
- e. Despido por la gerencia

**ARTICULO 30°.** Toda sanción o amonestación comprenderá la suspensión de inmediato, constituyendo una sanción laboral.

**Tabla 20. Factores que determinan la constitución de la sociedad , permisos y otras licencias**

<b>INSTITUCIÓN PÚBLICA</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
Superintendencia Nacional de los Registros Públicos - SUNARP	Búsqueda del nombre en SUNARP
	Reserva del nombre en SUNARP
	Elaboración de escritura pública
	Elevar la escritura pública a SUNARP
Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT	Obtención del Ruc
	Elección del régimen tributario (S.A.C.)
	Libros de contabilidad legalizados

**Fuente;** Obtenida por las instituciones de registro público.

La Tabla 20., muestra que el funcionamiento del Centro Recreacional Campestre, deberá cumplir una serie de fases que inicia principalmente por el registro público, así como la documentación notarial, para su posterior elevación para determinar la partida registral, así mismo la asignación de su régimen para iniciar su actividad, en donde dentro de un marco legal, es necesario tener en cuenta la ley de General de Sociedades, Ley N° 26887, la cual describe que si está es una sociedad, se debe establecer la estructura organizativa, anteriormente descrita, en cumplimiento con las normas vigentes y de amparo legal dentro del marco normativo, siendo conformado por una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.), la cual estará compuesta por acciones o socios que se encuentran en un intervalo de 2 a 20 socios, la cual estarán conformados por miembros de familia, siendo el régimen de actividad, de cuarta categoría o general, debiendo presentar su declaración de impuesto del IGV, Renta mensual y declaración jurada anual, así como documentación financiera en función a sus estados financieros durante cada cierre anual.

**OBJETIVO ESPECIFICO N° 6;** Evaluar la viabilidad económica y financieramente para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura

**Tabla 21. Estructura de la Inversión**

<b>PARTIDA</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>MED.</b>	<b>CANT.</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
					<b>S/.</b>
<b>01.00.00</b>	<b>Inversión Fija</b>				<b>5,832,373.70</b>
					<b>S/.</b>
<b>01.01.00</b>	<b>Inversión Fija Tangible</b>				<b>5,793,665.70</b>
					<b>S/.</b>
01.01.01	Terreno	Global	1	1,216,625.00	1,216,625.00
					<b>S/.</b>
01.01.02	Construcción	Global	1	4,208,045.70	4,208,045.70
					<b>S/.</b>
01.01.03	Vehículo	Global	1	46,100.00	46,100.00
					<b>S/.</b>
01.01.04	Maquinaria y equipos	Global	1	236,364.00	236,364.00
					<b>S/.</b>
01.01.05	Muebles y enseres	Global	1	86,531.00	86,531.00
					<b>S/.</b>
<b>01.02.00</b>	<b>Inversión Fija Intangible</b>				<b>38,708.00</b>
					<b>S/.</b>
01.02.01	Gastos de estudios	Global	1	18,800.00	18,800.00
					<b>S/.</b>
01.02.02	Gastos de constitución	Global	1	19,908.00	19,908.00
					<b>S/.</b>
<b>02.00.00</b>	<b>Capital de trabajo</b>				<b>83,335.18</b>
					<b>S/.</b>
02.01.00	Caja y bancos	Mes	1	6,696.00	6,696.00
					<b>S/.</b>
02.02.00	Planilla	Mes	1	51,622.48	51,622.48
					<b>S/.</b>
02.03.00	Materiales indirectos	Mes	1	13,437.70	13,437.70
					<b>S/.</b>
02.04.00	Combustibles y lubricantes	Mes	1	11,579.00	11,579.00
					<b>S/.</b>
					<b>S/.</b>
					<b>Inversión Total (Σ) 5,915,708.88</b>

**Fuente;** Elaborado por los autores.

**Tabla 22. Estructura del financiamiento**

<b>PARTIDA</b>	<b>COMPONENTES</b>	<b>%</b>	<b>MONTO (S/. )</b>
<b>01.00.00</b>	<b>Fuente propia</b>		
	Aporte de		S/.
01.01.00	accionistas	40%	2,366,283.55
<b>02.00.00</b>	<b>Fuente externa</b>		
	Préstamo		S/.
02.01.00	financiero	60%	3,549,425.33
	<b>Costo total (Σ)</b>	<b>100%</b>	<b>S/. 5,915,708.88</b>

*Fuente; Elaborado por los autores.*

**Tabla 23. Simulación de préstamo bancario del BBVA**

Importe a Solicitar:	S/ 3,549,425.33
Días de pago:	4
Duración total (meses):	60 meses
Periodo de gracia (meses):	-
Fecha de Solicitud:	02/12/2019
Cuota	S/ 79,865.64
Tipo Seguro Desgravamen:	SIN SEGURO
Importe Seguro Desgravamen:	S/ 0.00
Importe Seguro de Bien:	S/ 0.00
Tasa Efectiva Anual:	13%
TCEA Referencial de Operación:	13.006085%
Comisión envío físico estado de cuenta:	S/ 10.00
Cuotas Adicionales:	-

Mes	Vencimiento	Amortización	Interés	Comisiones + Seguros	Subvención	Cuota	Saldo
1	06/01/2020	S/ 37,438.85	S/ 42,426.79	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 3,511,986.48
2	04/02/2020	S/ 45,118.28	S/ 34,747.36	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 3,466,868.20
3	04/03/2020	S/ 45,564.68	S/ 34,300.96	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 3,421,303.52
4	06/04/2020	S/ 41,320.29	S/ 38,545.35	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 3,379,983.23
5	04/05/2020	S/ 47,582.95	S/ 32,282.69	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 3,332,400.28
6	04/06/2020	S/ 44,609.27	S/ 35,256.37	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 3,287,791.01
7	06/07/2020	S/ 43,953.05	S/ 35,912.59	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 3,243,837.96
8	04/08/2020	S/ 47,771.32	S/ 32,094.32	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 3,196,066.64
9	04/09/2020	S/ 46,051.67	S/ 33,813.97	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 3,150,014.97
10	05/10/2020	S/ 46,538.89	S/ 33,326.75	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 3,103,476.08
11	04/11/2020	S/ 48,095.84	S/ 31,769.80	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 3,055,380.24
12	04/12/2020	S/ 48,588.19	S/ 31,277.45	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 3,006,792.05
13	04/01/2021	S/ 48,054.17	S/ 31,811.47	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 2,958,737.88
14	04/02/2021	S/ 48,562.57	S/ 31,303.07	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 2,910,175.31
15	04/03/2021	S/ 52,070.15	S/ 27,795.49	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 2,858,105.16
16	05/04/2021	S/ 48,646.51	S/ 31,219.13	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 2,809,458.65
17	04/05/2021	S/ 52,069.04	S/ 27,796.60	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 2,757,389.61
18	04/06/2021	S/ 50,692.81	S/ 29,172.83	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 2,706,696.80
19	05/07/2021	S/ 51,229.14	S/ 28,636.50	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 2,655,467.66
20	04/08/2021	S/ 52,682.03	S/ 27,183.61	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 2,602,785.63
21	06/09/2021	S/ 50,541.94	S/ 29,323.70	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 2,552,243.69
22	04/10/2021	S/ 55,488.80	S/ 24,376.84	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 2,496,754.89
23	04/11/2021	S/ 53,450.29	S/ 26,415.35	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 2,443,304.60
24	06/12/2021	S/ 53,177.39	S/ 26,688.25	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 2,390,127.21
25	04/01/2022	S/ 56,217.88	S/ 23,647.78	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 2,333,909.33
26	04/02/2022	S/ 55,173.18	S/ 24,692.46	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 2,278,736.15
27	04/03/2022	S/ 58,101.11	S/ 21,764.53	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 2,220,635.04
28	04/04/2022	S/ 56,371.61	S/ 23,494.03	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 2,164,263.43
29	04/05/2022	S/ 57,710.41	S/ 22,155.23	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 2,106,553.02
30	06/06/2022	S/ 56,132.63	S/ 23,733.01	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 2,050,420.39
31	04/07/2022	S/ 60,281.79	S/ 19,583.85	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 1,990,138.60
32	04/08/2022	S/ 58,810.23	S/ 21,055.41	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 1,931,328.37
33	05/09/2022	S/ 58,769.71	S/ 21,096.93	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 1,872,558.66
34	04/10/2022	S/ 61,338.67	S/ 18,526.97	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 1,811,219.99
35	04/11/2022	S/ 60,703.17	S/ 19,162.47	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 1,750,516.82
36	05/12/2022	S/ 61,345.40	S/ 18,520.24	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 1,689,171.42
37	04/01/2023	S/ 62,573.86	S/ 17,291.78	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 1,626,597.56

Mes	Vencimiento	Amortización	Interés	Comisiones + Seguros	Subvención	Cuota	Saldo
38	06/02/2023	S/ 61,539.94	S/ 18,325.70	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 1,565,057.62
39	06/03/2023	S/ 64,917.56	S/ 14,948.08	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 1,500,140.06
40	04/04/2023	S/ 65,023.35	S/ 14,842.29	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 1,435,116.71
41	04/05/2023	S/ 65,174.57	S/ 14,691.07	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 1,369,942.14
42	05/06/2023	S/ 64,901.74	S/ 14,963.90	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 1,305,040.40
43	04/07/2023	S/ 66,953.66	S/ 12,911.98	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 1,238,086.74
44	04/08/2023	S/ 66,766.84	S/ 13,096.80	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 1,171,319.90
45	04/09/2023	S/ 67,473.23	S/ 12,392.41	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 1,103,846.67
46	04/10/2023	S/ 68,565.73	S/ 11,299.91	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 1,035,280.94
47	06/11/2023	S/ 68,201.88	S/ 11,663.76	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 967,079.06
48	04/12/2023	S/ 70,628.93	S/ 9,236.71	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 896,450.13
49	04/01/2024	S/ 70,381.31	S/ 9,484.33	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 826,068.82
50	05/02/2024	S/ 70,842.48	S/ 9,023.16	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 755,226.34
51	04/03/2024	S/ 72,652.37	S/ 7,213.27	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 682,573.97
52	04/04/2024	S/ 72,644.10	S/ 7,221.54	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 609,929.87
53	06/05/2024	S/ 73,203.37	S/ 6,662.27	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 536,726.50
54	04/06/2024	S/ 74,555.30	S/ 5,310.34	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 462,171.20
55	04/07/2024	S/ 75,134.47	S/ 4,731.17	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 387,036.73
56	05/08/2024	S/ 75,638.03	S/ 4,227.61	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 311,396.70
57	04/09/2024	S/ 76,677.90	S/ 3,187.74	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 234,720.80
58	04/10/2024	S/ 77,462.84	S/ 2,402.80	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 157,257.96
59	04/11/2024	S/ 78,201.87	S/ 1,663.77	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.64	S/ 79,056.09
60	04/12/2024	S/ 79,056.09	S/ 809.28	S/ 10.00	S/ 0.00	S/ 79,875.37	S/ 0.00
		S/ 3,549,425.33	S/ 1,242,512.80	S/ 600.00	S/ 0.00	S/ 4,792,538.13	

- Los datos emitidos por este simulador son referenciales.

- El otorgamiento del préstamo está sujeto a evaluación crediticia.

- La fecha de desembolso, para efectos de esta simulación, es la fecha de solicitud que ha ingresado en este simulador.

- La simulación no incluye el ITF.

- La tasa de interés es fija.

- Usted podrá contratar directamente su póliza de seguro, con las mismas características y beneficios a la ofrecida, y endosarla a favor del Banco. El endoso de la póliza está sujeto a comisión publicada en nuestro tarifario en: [www.bbva.pe](http://www.bbva.pe)

**Fuente;** Simulación realizado en el BBVA.

Los resultados de las Tablas, muestran que la estructura de inversión está conformada por un total de S/. 5,915,708.88, la cual abarcará el desarrollo del plan de negocio, sin embargo, el 40% reflejará el aporte de los socios, siendo un centro campestre familiar, donde su aporte total es S/. 2,366,283.55, siendo el 60% que abarcará el financiamiento bancario mediante el BBVA, que representa un financiamiento a largo plazo 5 años teniendo en cuenta la composición del préstamo en función a la amortización e intereses que se generaran durante cada cuota mensual (60 meses), por lo cual se tiene que tener en cuenta el presupuesto de ingreso y egreso, flujo de caja, estado de resultados, valoración financiera y económica, para hacer frente a las obligaciones financieras.

**Tabla 24. Presupuesto de Ingresos a 10 años**

<b>Periodo Anual</b>	<b>%</b>	<b>Atención Máxima</b>	<b>Ventas Máximas</b>	<b>%</b>	<b>Atención real</b>	<b>Ventas Reales</b>
1	100%	200,554	S/4,011,079.92	80%	160,443	S/.3,208,863.94
2	100%	204,365	S/4,087,290.44	82%	167,579	S/.3,351,578.16
3	100%	208,247	S/4,164,948.96	84%	174,928	S/.3,498,557.13
4	100%	212,204	S/4,244,082.99	86%	182,496	S/.3,649,911.37
5	100%	216,236	S/4,324,720.57	88%	190,288	S/.3,805,754.10
6	100%	220,345	S/4,406,890.26	90%	198,310	S/.3,966,201.23
7	100%	224,531	S/4,490,621.17	92%	206,569	S/.4,131,371.48
8	100%	228,797	S/4,575,942.98	94%	215,069	S/.4,301,386.40
9	100%	233,144	S/4,662,885.89	96%	223,819	S/.4,476,370.46
10	100%	237,574	S/4,751,480.73	98%	232,823	S/.4,656,451.11

**Fuente;** *Elaborado por los autores.*

Tabla 25. Presupuesto de egresos a 10 años.

PARTIDA	RUBROS	CANT.	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	1	2	3	4
					80%	82%	84%	86%
<b>01.00.00</b>	<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	-	S/. 77,756.55	S/ 1,004,690.66	S/ 904,009.48	S/ 914,077.60	S/ 924,145.72	S/ 934,213.83
<b>01.01.00</b>	<b>Mano de obra</b>	-	S/. 35,806.06	S/ 501,284.78	S/ 501,284.78	S/ 501,284.78	S/ 501,284.78	S/ 501,284.78
01.01.01	Mano de obra directa	14	S/. 31,820.65	S/ 445,489.10	S/ 445,489.10	S/ 445,489.10	S/ 445,489.10	S/ 445,489.10
01.01.02	Mano de obra indirecta	14	S/. 3,985.41	S/ 55,795.68	S/ 55,795.68	S/ 55,795.68	S/ 55,795.68	S/ 55,795.68
<b>01.03.00</b>	<b>Combustible y lubricantes</b>	<b>12</b>	S/. 11,579.00	S/ 138,948.00	S/ 111,158.40	S/ 113,937.36	S/ 116,716.32	S/ 119,495.28
<b>01.04.00</b>	<b>Materiales Indirectos</b>	<b>12</b>	S/. 13,437.70	S/ 161,252.40	S/ 129,001.92	S/ 132,226.97	S/ 135,452.02	S/ 138,677.06
<b>01.05.00</b>	<b>Depreciación</b>		S/. 16,933.79	S/ 203,205.47	S/ 162,564.38	S/ 166,628.49	S/ 170,692.60	S/ 174,756.71
01.05.01	(+) Edificación	12	S/. 10,520.11	S/ 126,241.37	S/ 100,993.10	S/ 103,517.92	S/ 106,042.75	S/ 108,567.58
01.05.02	(+) Vehículo motorizado	12	S/. 768.33	S/ 9,220.00	S/ 7,376.00	S/ 7,560.40	S/ 7,744.80	S/ 7,929.20
01.05.03	(+) Maquinaria y equipos	12	S/. 4,924.25	S/ 59,091.00	S/ 47,272.80	S/ 48,454.62	S/ 49,636.44	S/ 50,818.26
01.05.04	(+) Muebles y enseres	12	S/. 721.09	S/ 8,653.10	S/ 6,922.48	S/ 7,095.54	S/ 7,268.60	S/ 7,441.67

<b>02.00.00</b>	<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>	-	S/. 22,512.43	S/. 301,781.99	S/. 301,781.99	S/. 301,781.99	S/. 301,781.99	S/. 301,781.99
<b>02.01.00</b>	<b>GASTOS DE VENTAS</b>	-	S/. 1,940.54	S/. 27,167.53	S/. 27,167.53	S/. 27,167.53	S/. 27,167.53	S/. 27,167.53
02.01.01	Remuneración de vendedores	14	S/. 1,940.54	S/. 27,167.53	S/. 27,167.53	S/. 27,167.53	S/. 27,167.53	S/. 27,167.53
<b>02.02.00</b>	<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	-	S/. 20,571.89	S/ 274,614.46	S/ 274,614.46	S/ 274,614.46	S/. 274,614.46	S/. 274,614.46
02.02.01	Pago de servicios	12	S/. 6,696.00	S/. 80,352.00	S/. 80,352.00	S/. 80,352.00	S/. 80,352.00	S/. 80,352.00
02.02.02	Remuneración del personal administrativo	14	S/. 13,875.89	S/. 194,262.46	S/. 194,262.46	S/. 194,262.46	S/. 194,262.46	S/. 194,262.46
				<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
<b>COSTO TOTAL ANUAL (Σ)</b>				<b>1,306,472.65</b>	<b>1,205,791.47</b>	<b>1,215,859.59</b>	<b>1,225,927.71</b>	<b>1,235,995.83</b>

<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
88%	90%	92%	94%	96%	98%
<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
<b>944,281.95</b>	<b>954,350.07</b>	<b>964,418.19</b>	<b>974,486.30</b>	<b>984,554.42</b>	<b>994,622.54</b>
<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
<b>501,284.78</b>	<b>501,284.78</b>	<b>501,284.78</b>	<b>501,284.78</b>	<b>501,284.78</b>	<b>501,284.78</b>
S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
445,489.10	445,489.10	445,489.10	445,489.10	445,489.10	445,489.10
S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
55,795.68	55,795.68	55,795.68	55,795.68	55,795.68	55,795.68
<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
<b>122,274.24</b>	<b>125,053.20</b>	<b>127,832.16</b>	<b>130,611.12</b>	<b>133,390.08</b>	<b>136,169.04</b>
<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
<b>141,902.11</b>	<b>145,127.16</b>	<b>148,352.21</b>	<b>151,577.26</b>	<b>154,802.30</b>	<b>158,027.35</b>
<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
<b>178,820.81</b>	<b>182,884.92</b>	<b>186,949.03</b>	<b>191,013.14</b>	<b>195,077.25</b>	<b>199,141.36</b>
S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
111,092.41	113,617.23	116,142.06	118,666.89	121,191.72	123,716.54
S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
8,113.60	8,298.00	8,482.40	8,666.80	8,851.20	9,035.60
S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
52,000.08	53,181.90	54,363.72	55,545.54	56,727.36	57,909.18
S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
7,614.73	7,787.79	7,960.85	8,133.91	8,306.98	8,480.04
<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
<b>301,781.99</b>	<b>301,781.99</b>	<b>301,781.99</b>	<b>301,781.99</b>	<b>301,781.99</b>	<b>301,781.99</b>

<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
<b>27,167.53</b>	<b>27,167.53</b>	<b>27,167.53</b>	<b>27,167.53</b>	<b>27,167.53</b>	<b>27,167.53</b>
S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
27,167.53	27,167.53	27,167.53	27,167.53	27,167.53	27,167.53
<b>S/</b>	<b>S/</b>	<b>S/</b>	<b>S/</b>	<b>S/</b>	<b>S/.</b>
<b>274,614.46</b>	<b>274,614.46</b>	<b>274,614.46</b>	<b>274,614.46</b>	<b>274,614.46</b>	<b>274,614.46</b>
S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
80,352.00	80,352.00	80,352.00	80,352.00	80,352.00	80,352.00
S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
194,262.46	194,262.46	194,262.46	194,262.46	194,262.46	194,262.46
<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
<b>1,246,063.94</b>	<b>1,256,132.06</b>	<b>1,266,200.18</b>	<b>1,276,268.29</b>	<b>1,286,336.41</b>	<b>1,296,404.53</b>

*Fuente; Elaborado por los autores*

Tabla 26. Flujo de caja proyectada a 10 años.

<b>PARTIDA</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
			<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
01.00.00	<b>INGRESOS</b>		<b>3,208,863.94</b>	<b>3,351,578.16</b>	<b>3,498,557.13</b>	<b>3,649,911.37</b>
01.01.00	Ingresos por venta		S/.	S/.	S/.	S/.
			3,208,863.94	3,351,578.16	3,498,557.13	3,649,911.37
		<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
02.00.00	<b>EGRESOS</b>	<b>5,915,708.88</b>	<b>1,205,791.47</b>	<b>1,215,859.59</b>	<b>1,225,927.71</b>	<b>1,235,995.83</b>
02.01.00	Gastos de producción		S/.	S/.	S/.	S/.
			1,205,791.47	1,215,859.59	1,225,927.71	1,235,995.83
02.02.01	Inversión total	S/.				
		5,915,708.88				
02.02.01	Inversión fija tangible	S/.				
		5,793,665.70				
02.02.02	Inversión fija intangible	S/.				
		38,708.00				
02.02.03	Capital de trabajo	S/.				
		83,335.18				
03.00.00	<b>FLUJO DE CAJA ECONOMICO</b>	<b>-S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
		<b>5,915,708.88</b>	<b>2,003,072.47</b>	<b>2,135,718.57</b>	<b>2,272,629.42</b>	<b>2,413,915.55</b>
04.00.00	<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
04.01.00	Préstamo	<b>3,549,425.33</b>	<b>958,387.68</b>	<b>958,387.68</b>	<b>958,387.68</b>	<b>958,387.68</b>
04.02.00	Amortización	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
			542,633.28	616,664.84	700,955.79	792,721.29
04.03.00	Intereses	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
			415,754.40	341,722.84	257,431.89	165,666.39
05.00.00	<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERA</b>	<b>-S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
		<b>2,366,283.55</b>	<b>1,044,684.79</b>	<b>1,177,330.89</b>	<b>1,314,241.74</b>	<b>1,455,527.87</b>

6	7	8	9	10
<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
<b>3,805,754.10</b>	<b>3,966,201.23</b>	<b>4,131,371.48</b>	<b>4,301,386.40</b>	<b>4,476,370.46</b>
S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
3,805,754.10	3,966,201.23	4,131,371.48	4,301,386.40	4,476,370.46
<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
<b>1,246,063.94</b>	<b>1,256,132.06</b>	<b>1,266,200.18</b>	<b>1,276,268.29</b>	<b>1,286,336.41</b>
S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
1,246,063.94	1,256,132.06	1,266,200.18	1,276,268.29	1,286,336.41
<hr/>				
<hr/>				
<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
<b>2,559,690.16</b>	<b>2,710,069.17</b>	<b>2,865,171.30</b>	<b>3,025,118.10</b>	<b>3,190,034.05</b>
<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
<b>958,387.41</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<hr/>				
S/.				
896,450.13				
<hr/>				
S/.				
61,937.28				
<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
<b>1,601,302.75</b>	<b>2,710,069.17</b>	<b>2,865,171.30</b>	<b>3,025,118.10</b>	<b>3,190,034.05</b>

**Fuente;** Elaborado por los autores.

**Tabla 27 Estado de ganancias y pérdidas proyecta a 10 años**

<b>CONCEPTO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
( + ) <b>INGRESOS POR VENTA</b>	<b>S/. 3,208,863.94</b>	<b>S/. 3,351,578.16</b>	<b>S/. 3,498,557.13</b>	<b>S/. 3,649,911.37</b>	<b>S/. 3,805,754.10</b>	<b>S/. 3,966,201.23</b>
Costos de fabricación	S/. 904,009.48	S/. 27,167.53				
( + ) <b>UTILIDAD BRUTAS</b>	<b>S/. 2,304,854.46</b>	<b>S/. 3,324,410.63</b>	<b>S/. 3,471,389.60</b>	<b>S/. 3,622,743.84</b>	<b>S/. 3,778,586.57</b>	<b>S/. 3,939,033.70</b>
( - ) <b>GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>S/. 301,781.99</b>					
Gastos de venta	S/. 27,167.53					
Gastos administrativos	S/. 274,614.46					
( + ) <b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>S/. 2,003,072.47</b>	<b>S/. 3,022,628.64</b>	<b>S/. 3,169,607.60</b>	<b>S/. 3,320,961.85</b>	<b>S/. 3,476,804.58</b>	<b>S/. 3,637,251.71</b>
Ingresos financieros	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
Gastos financieros	S/. 415,754.40	S/. 341,722.84	S/. 257,431.89	S/. 165,666.39	S/. 61,937.28	S/.
( + ) <b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>S/. 1,587,318.07</b>	<b>S/. 2,680,905.80</b>	<b>S/. 2,912,175.71</b>	<b>S/. 3,155,295.46</b>	<b>S/. 3,414,867.30</b>	<b>S/. 3,637,251.71</b>
( - ) <b>IMPUESTO A LA RENTA ANUAL</b>	<b>S/. 468,258.83</b>	<b>S/. 790,867.21</b>	<b>S/. 859,091.84</b>	<b>S/. 930,812.16</b>	<b>S/. 1,007,385.85</b>	<b>S/. 1,072,989.25</b>
( + ) <b>UTILIDAD NETA</b>	<b>S/. 1,119,059.24</b>	<b>S/. 1,890,038.59</b>	<b>S/. 2,053,083.88</b>	<b>S/. 2,224,483.30</b>	<b>S/. 2,407,481.44</b>	<b>S/. 2,564,262.46</b>

7	8	9	10
<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
<b>4,131,371.48</b>	<b>4,301,386.40</b>	<b>4,476,370.46</b>	<b>4,656,451.11</b>
S/.	S/.	S/.	S/.
27,167.53	27,167.53	27,167.53	27,167.53
<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
<b>4,104,203.95</b>	<b>4,274,218.87</b>	<b>4,449,202.93</b>	<b>4,629,283.58</b>
<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
<b>301,781.99</b>	<b>301,781.99</b>	<b>301,781.99</b>	<b>301,781.99</b>
S/.	S/.	S/.	S/.
27,167.53	27,167.53	27,167.53	27,167.53
S/.	S/.	S/.	S/.
274,614.46	274,614.46	274,614.46	274,614.46
<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
<b>3,802,421.96</b>	<b>3,972,436.87</b>	<b>4,147,420.93</b>	<b>4,327,501.59</b>
<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
<b>3,802,421.96</b>	<b>3,972,436.87</b>	<b>4,147,420.93</b>	<b>4,327,501.59</b>
<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
<b>1,121,714.48</b>	<b>1,171,868.88</b>	<b>1,223,489.18</b>	<b>1,276,612.97</b>
<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
<b>2,680,707.48</b>	<b>2,800,568.00</b>	<b>2,923,931.76</b>	<b>3,050,888.62</b>

*Fuente; Elaborado por los autores.*

**Tabla 28. Flujo de caja proyectada a 10 años - Situación pesimista**

<b>PARTID</b>						
<b>A</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
			<b>S/.</b>	<b>S/.</b>		
01.00.00	<b>INGRESOS</b>		<b>3,208,863.94</b>	<b>3,351,578.16</b>	<b>S/.</b>	<b>3,498,557.13</b>
			<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
01.01.00	Ingresos por venta		3,208,863.94	3,351,578.16	3,498,557.13	S/.
		<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>		
02.00.00	<b>EGRESOS</b>	<b>5,915,708.88</b>	<b>1,326,370.62</b>	<b>1,337,445.55</b>	<b>S/.</b>	<b>1,348,520.48</b>
	Gastos de		<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	
02.01.00	producción		1,326,370.62	1,337,445.55	1,348,520.48	S/.
		<b>S/.</b>				
02.02.01	Inversión total	5,915,708.88				
	Inversión fija	<b>S/.</b>				
02.02.01	tangible	5,793,665.70				
	Inversión fija	<b>S/.</b>				
02.02.02	intangible	38,708.00				
		<b>S/.</b>				
02.02.03	Capital de trabajo	83,335.18				
	<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>		
03.00.00	<b>ECONOMICO</b>	<b>5,915,708.88</b>	<b>1,882,493.32</b>	<b>2,014,132.61</b>	<b>S/.</b>	<b>2,150,036.65</b>
	<b>FINANCIAMIENT</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>		
04.00.00	<b>O</b>	<b>3,549,425.33</b>	<b>958,387.68</b>	<b>958,387.68</b>	<b>S/.</b>	<b>958,387.68</b>
		<b>S/.</b>				
04.01.00	Préstamo	3,549,425.33				
			<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	
04.02.00	Amortización		542,633.28	616,664.84	700,955.79	S/.
			<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	
04.03.00	Intereses		415,754.40	341,722.84	257,431.89	S/.
	<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>		
05.00.00	<b>FINANCIERA</b>	<b>2,366,283.55</b>	<b>924,105.64</b>	<b>1,055,744.93</b>	<b>S/.</b>	<b>1,191,648.97</b>
					<b>S/.</b>	<b>1,331,928.29</b>

5	6	7	8	9	10		
	<b>S/.</b>		<b>S/.</b>	<b>S/.</b>			
<b>S/.</b> 3,805,754.10	<b>3,966,201.23</b>	<b>S/.</b> 4,131,371.48	<b>4,301,386.40</b>	<b>4,476,370.46</b>	<b>S/.</b> 4,656,451.11		
S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.		
S/.	3,805,754.10	3,966,201.23	4,131,371.48	4,301,386.40	4,476,370.46	S/.	4,656,451.11
	<b>S/.</b>		<b>S/.</b>	<b>S/.</b>			
<b>S/.</b> 1,370,670.34	<b>1,381,745.27</b>	<b>S/.</b> 1,392,820.20	<b>1,403,895.12</b>	<b>1,414,970.05</b>	<b>S/.</b> 1,426,044.98		
S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.		
S/.	1,370,670.34	1,381,745.27	1,392,820.20	1,403,895.12	1,414,970.05	S/.	1,426,044.98
	<b>S/.</b>		<b>S/.</b>	<b>S/.</b>			
<b>S/.</b> 2,435,083.76	<b>2,584,455.97</b>	<b>S/.</b> 2,738,551.29	<b>2,897,491.27</b>	<b>3,061,400.40</b>	<b>S/.</b> 3,230,406.13		
<b>S/.</b> 958,387.41	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>		
	-	-	-	-	-		
S/.	896,450.13						
S/.	61,937.28						
	<b>S/.</b>		<b>S/.</b>	<b>S/.</b>			
<b>S/.</b> 1,476,696.35	<b>2,584,455.97</b>	<b>S/.</b> 2,738,551.29	<b>2,897,491.27</b>	<b>3,061,400.40</b>	<b>S/.</b> 3,230,406.13		

*Fuente; Elaborado por los autores.*

**Tabla 30.** Valor actual Neto económico bajo una situación pesimista

FLUJO ECONÓMICO	
N° DE AÑOS	INGRESOS
	-S/.
0	5,915,708.88
	S/.
1	1,882,493.32
	S/.
2	2,014,132.61
	S/.
3	2,150,036.65
	S/.
4	2,290,315.97
	S/.
5	2,435,083.76
	S/.
6	2,584,455.97
	S/.
7	2,738,551.29
	S/.
8	2,897,491.27
	S/.
9	3,061,400.40
	S/.
10	3,230,406.13
<b>VANE</b>	<b>S/.</b> <b>8,911,550.43</b>
<b>TIRE</b>	<b>36%</b>
<b>TASA DSCT.</b>	<b>10%</b>

*Fuente:* Valor Actual Neto Económico (VANF) y Tasa Interna de Retorno Económico (TIRF)  
Elaborado por los autores

**Tabla 29.** Valor actual neto financiero bajo una situación pesimista

FLUJO FINANCIERO	
N° DE AÑOS	INGRESOS
	-
0	S/.3,549,425.33
	S/.924,105.64
1	
2	S/.1,055,744.93
3	S/.1,191,648.97
4	S/.1,331,928.29
5	S/.1,476,696.35
6	S/.2,584,455.97
7	S/.2,738,551.29
8	S/.2,897,491.27
9	S/.3,061,400.40
10	S/.3,230,406.13
<b>VANF</b>	<b>S/.</b> <b>7,644,790.81</b>
<b>TIRF</b>	<b>38%</b>
<b>TASA DSCT.</b>	<b>10%</b>

*Fuente:* Valor Actual Neto Económico (VANE) y Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE)  
Elaborado por los autores

**Tabla 31.** Flujo de caja proyectada a 10 años -- Situación Optimista

<b>PARTIDA</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
		<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
01.00.00	<b>INGRESOS</b>	-	<b>3,529,750.33</b>	<b>3,686,735.98</b>	<b>3,848,412.84</b>	<b>4,014,902.51</b>
		S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
01.01.00	Ingresos por venta	-	3,529,750.33	3,686,735.98	3,848,412.84	4,014,902.51
		<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
02.00.00	<b>EGRESOS</b>	<b>5,915,708.88</b>	<b>1,205,791.47</b>	<b>1,215,859.59</b>	<b>1,225,927.71</b>	<b>1,235,995.83</b>
		S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
02.01.00	Gastos de producción	-	1,205,791.47	1,215,859.59	1,225,927.71	1,235,995.83
		S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
02.02.01	Inversión total	5,915,708.88	-	-	-	-
		S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
02.02.01	Inversión fija tangible	5,793,665.70	-	-	-	-
		S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
02.02.02	Inversión fija intangible	38,708.00	-	-	-	-
		S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
02.02.03	Capital de trabajo	83,335.18	-	-	-	-
		<b>-S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
03.00.00	<b>FLUJO DE CAJA ECONOMICO</b>	<b>5,915,708.88</b>	<b>2,323,958.86</b>	<b>2,470,876.39</b>	<b>2,622,485.13</b>	<b>2,778,906.69</b>
		<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
04.00.00	<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>3,549,425.33</b>	<b>958,387.68</b>	<b>958,387.68</b>	<b>958,387.68</b>	<b>958,387.68</b>
		S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
04.01.00	Préstamo	3,549,425.33	-	-	-	-
		S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
04.02.00	Amortización	-	542,633.28	616,664.84	700,955.79	792,721.29
		S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
04.03.00	Intereses	-	415,754.40	341,722.84	257,431.89	165,666.39
		<b>-S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
05.00.00	<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERA</b>	<b>2,366,283.55</b>	<b>1,365,571.18</b>	<b>1,512,488.71</b>	<b>1,664,097.45</b>	<b>1,820,519.01</b>

5	6	7	8	9	10
<b>S/.</b> <b>4,186,329.51</b>	<b>S/.</b> <b>4,362,821.36</b>	<b>S/.</b> <b>4,544,508.63</b>	<b>S/.</b> <b>4,731,525.04</b>	<b>S/.</b> <b>4,924,007.50</b>	<b>S/.</b> <b>5,122,096.22</b>
S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
4,186,329.51	4,362,821.36	4,544,508.63	4,731,525.04	4,924,007.50	5,122,096.22
<b>S/.</b> <b>1,246,063.94</b>	<b>S/.</b> <b>1,256,132.06</b>	<b>S/.</b> <b>1,266,200.18</b>	<b>S/.</b> <b>1,276,268.29</b>	<b>S/.</b> <b>1,286,336.41</b>	<b>S/.</b> <b>1,296,404.53</b>
S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
1,246,063.94	1,256,132.06	1,266,200.18	1,276,268.29	1,286,336.41	1,296,404.53
S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
-	-	-	-	-	-
S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
-	-	-	-	-	-
S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
-	-	-	-	-	-
<b>S/.</b> <b>2,940,265.57</b>	<b>S/.</b> <b>3,106,689.30</b>	<b>S/.</b> <b>3,278,308.45</b>	<b>S/.</b> <b>3,455,256.74</b>	<b>S/.</b> <b>3,637,671.09</b>	<b>S/.</b> <b>3,825,691.69</b>
<b>S/.</b> <b>958,387.41</b>	-	-	-	-	-
S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
-	-	-	-	-	-
S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
896,450.13	-	-	-	-	-
S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
61,937.28	-	-	-	-	-
<b>S/.</b> <b>1,981,878.16</b>	<b>S/.</b> <b>3,106,689.30</b>	<b>S/.</b> <b>3,278,308.45</b>	<b>S/.</b> <b>3,455,256.74</b>	<b>S/.</b> <b>3,637,671.09</b>	<b>S/.</b> <b>3,825,691.69</b>

*Fuente; Elaborado por los autores.*

**Tabla 32.** Valor actual neto económico bajo una situación optimista

<b>FLUJO ECONOMICO</b>	
<b>N° DE AÑOS</b>	<b>INGRESOS</b>
	-S/.
0	5,915,708.88
	S/.
1	2,323,958.86
	S/.
2	2,470,876.39
	S/.
3	2,622,485.13
	S/.
4	2,778,906.69
	S/.
5	2,940,265.57
	S/.
6	3,106,689.30
	S/.
7	3,278,308.45
	S/.
8	3,455,256.74
	S/.
9	3,637,671.09
	S/.
10	3,825,691.69
<b>VANE</b>	<b>S/.</b> <b>11,998,579.62</b>
<b>TIRF</b>	<b>43%</b>
<b>TASA DSCT.</b>	<b>10%</b>

*Fuente:* Valor Actual Neto Económico (VANE) y Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE)  
Elaborado por los autores

**Tabla 33** Valor actual neto financiera bajo una situación optimista

<b>FLUJO FINANCIERO</b>	
<b>N° DE AÑOS</b>	<b>INGRESOS</b>
	-S/.
0	3,549,425.33
	S/.
1	1,365,571.18
	S/.
2	1,512,488.71
	S/.
3	1,664,097.45
	S/.
4	1,820,519.01
	S/.
5	1,981,878.16
	S/.
6	3,106,689.30
	S/.
7	3,278,308.45
	S/.
8	3,455,256.74
	S/.
9	3,637,671.09
	S/.
10	3,825,691.69
<b>VANE</b>	<b>S/.</b> <b>10,731,820.01</b>
<b>TIRF</b>	<b>49%</b>
<b>TASA DSCT.</b>	<b>10%</b>

*Fuente:* Valor Actual Neto Económico (VANF) y Tasa Interna de Retorno Económico (TIRF)  
Elaborado por los autores

**CENTRO RECREACIONAL CAMPESTRE SAN JUAN II**

Balance General  
Al mes cero de inversión  
(En nuevos soles)

<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
Efectivo y equivalente de efectivo	S/ -	Tributos, contraprestaciones y aportes al sistem.	S/ -
Cuentas por cobrar comerciales	S/ -	Remuneraciones y participaciones por pagar	S/ -
Otras cuentas por cobrar	S/ -	Compras	S/ -
Existencias	S/ -	Gastos financieros	S/ -
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>S/ -</b>	<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>S/ -</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	
Cuentas por cobrar comerciales	S/ -	Obligaciones financieras	S/ 3,549,425.33
Inmueble, maquinaria y equipo	S/ 5,793,665.70	Cuentas por pagar relacionados	S/ -
Intangibles	S/ 38,708.00	Otras cuentas por pagar	S/ -
Otros activos	S/ 83,335.18		
Depreciacion			
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>S/5,915,708.88</b>	<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>S/ 3,549,425.33</b>

<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>S/5,915,708.88</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>S/ 3,549,425.33</b>
		<b>PATRIMONIO</b>	
		<b>PATRIMONIO NETO</b>	
			S/
Capital			2,366,283.55
			S/
Capital adicional			-
			S/
Resultados acumulados			-
		<b>TOTAL PATRIMONIO NETO</b>	
		<b>S/ 2,366,283.55</b>	
		<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	
		<b>S/ 5,915,708.88</b>	

**Tabla 34 Recuperación de la inversión en la creación de un centro  
campeste en la ciudad de Sechura**

<b>PERIODO ANUAL</b>	<b>FLUJO</b>	<b>FLUJO ACUMULADO</b>
0	S/ 3,549,425.33	
1	S/ 2,003,310.37	S/ 2,003,310.37
2	S/ 2,135,967.06	S/ 4,139,277.43
3	S/ 2,272,888.80	S/ 6,412,166.23
4	S/ 2,414,186.15	S/ 8,826,352.39
5	S/ 2,559,972.32	S/ 11,386,324.70
6	S/ 2,710,363.23	
7	S/ 2,865,477.60	
8	S/ 3,025,437.01	
9	S/ 3,190,365.92	
10	S/ 3,360,391.81	
<b>PRI</b>		2
<b>PRI AÑO</b>		1
<b>PRI MESES</b>		9
<b>PRI DÍAS</b>		22

*Fuente; Elaborado por los autores.*

**Tabla 35. Evaluación económica y financiera de la creación de un centro campestre**

	0	1	2	3	4	5
( + )		S/.			S/.	
<b>INGRESO</b>		3,208,863.94	S/3,351,578.16	S/3,498,557.13	3,649,911.37	S/3,805,754.10
( - )	S/.	S/.			S/.	
<b>EGRESO</b>	3,549,425.33	1,205,791.47	S/1,215,859.59	S/1,225,927.71	1,235,995.83	S/1,246,063.94
<b>BENEFICIO NETO</b>	S/ -	S/.			S/.	
	3,549,425.33	2,003,072.47	S/2,135,718.57	S/2,272,629.42	2,413,915.55	S/2,559,690.16
<b>FINANCIAMIENTO</b>						
<b>(AMORT. + INTRS)</b>	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	3,549,425.33	958,387.68	958,387.68	958,387.68	958,387.68	958,387.41
( + )	S/.	S/.			S/.	
<b>BENEFICIO FINANCIERO</b>	-	1,044,684.79	S/1,177,330.89	S/1,314,241.74	1,455,527.87	S/1,601,302.75
	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	
	S/ 3,966,201.23	S/ 4,131,371.48	S/ 4,301,386.40	S/ 4,476,370.46	S/ 4,656,451.11	
	S/ 1,256,132.06	S/ 1,266,200.18	S/ 1,276,268.29	S/ 1,286,336.41	S/ 1,296,404.53	
	S/ 2,710,069.17	S/ 2,865,171.30	S/ 3,025,118.10	S/ 3,190,034.05	S/ 3,360,046.58	
	S/ 2,710,069.17	S/ 2,865,171.30	S/ 3,025,118.10	S/ 3,190,034.05	S/ 3,360,046.58	

**Fuente;** Elaborado por los autores.

**Tabla 36** Valor actual neto económica para la creación del centro campestre

<b>FLUJO ECONOMICO</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>INGRESOS</b>
	-S/.
0	3,549,425.33
	S/.
1	2,003,072.47
	S/.
2	2,135,718.57
	S/.
3	2,272,629.42
	S/.
4	2,413,915.55
	S/.
5	2,559,690.16
	S/.
6	2,710,069.17
	S/.
7	2,865,171.30
	S/.
8	3,025,118.10
	S/.
9	3,190,034.05
	S/.
10	3,360,046.58
	S/.
<b>VANE</b>	<b>12,041,787.92</b>
<b>TIRE</b>	<b>62%</b>
<b>TASA DSCT.</b>	<b>10%</b>

*Fuente:* Valor Actual Neto Económico (VANE) y Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE)  
Elaborado por los autores

**Tabla 37** Valor actual neto financiera para la creación del centro campestre

<b>FLUJO FINANCIERO</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>INGRESOS</b>
	-S/.
0	3,549,425.33
	S/.
1	1,044,684.79
	S/.
2	1,177,330.89
	S/.
3	1,314,241.74
	S/.
4	1,455,527.87
	S/.
5	1,601,302.75
	S/.
6	2,710,069.17
	S/.
7	2,865,171.30
	S/.
8	3,025,118.10
	S/.
9	3,190,034.05
	S/.
10	3,360,046.58
	S/.
<b>VANF</b>	<b>8,408,744.75</b>
<b>TIRF</b>	<b>41%</b>
<b>TASA DSCT.</b>	<b>10%</b>

*Fuente:* Valor Actual Neto Económico (VANF) y Tasa Interna de Retorno Económico (TIRF)  
Elaborado por los autores

**Tabla 38.** *Resumen de ingresos y egresos de la creación de un centro campestre*

ITEMS	PERIODOS ANUALES		
	2018	2019	2020
<b>INGRESOS</b>	S/. 3,208,863.94	S/. 3,351,578.16	S/. 3,498,557.13
<b>EGRESOS</b>	S/. 1,205,791.47	S/. 1,215,859.59	S/. 1,225,927.71
<b>B. NETO</b>	<b>S/. 2,003,072.47</b>	<b>S/. 2,135,718.57</b>	<b>S/. 2,272,629.42</b>

*Fuente:* Resumen de ingresos y egresos  
Elaborado por los autores.

**Tabla 39.** *Relación de beneficio – costo*

Relación B/C	S/. 8,315,566.10
	S/. 3,022,074.33
<b>TOTAL</b>	<b>2.75</b>

*Fuente:* Resumen de ingresos y egresos  
Elaborado por los autores

Los resultados de las Tablas, muestran que el periodo de la recuperación de la inversión de acuerdo a la formulación del PRI, es 1 año, 9 meses y 22 días, mientras que el escenarios de sensibilización en función al factor pesimista muestra una VANE= 36%, TIRE = 38% y del factor optimista una VANE= 43%, TIRE= 49%, demostrando que en ambos escenarios refleja una rentabilidad adecuada para su ejecución, mientras que en función a la evaluación del plan de negocio en general muestran que el beneficio neto respecto a los 10 periodo anuales, muestra un valor actual neto económicamente favorable por encima de la rentabilidad exigida, S/. 12,041,787.92 > 0 y una tasa interna de retorno económicamente aceptable del 62% > 0, por lo tanto, el proyecto es rentable económicamente, así mismo, muestra un valor actual neto financieramente favorable por encima de la rentabilidad exigida, S/. 8,408,744.75 > 0 y una tasa interna de retorno financieramente aceptable del 41% > 0, además el beneficio y costo representa 2.75 > 1

Esto se debe a que el VAN y TIR económica y financieramente es aceptable, debido a que muestran una pendiente porcentual superior o mayor a

0 reflejando que se están cumpliendo con dos elementos claves para determinar la viabilidad del plan de negocio para la creación de un centro recreacional campestre, así mismo muestra un mayor beneficio reflejando que la inversión se recuperara satisfactoriamente después de haber sido evaluado a una tasa base o de descuento del 10%.

#### IV. DISCUSIÓN

En función este acápite se han considerado principalmente aquellos factores identificados en los resultados mediante la aplicación del cuestionario, así mismo una evaluación económica y financiera, la cual será discutido con las bases teóricas y aportes científicos de otros autores, así como una apreciación de análisis crítico que permita reflejar un contexto comparativo o diferencial en función a la creación de un Centro Recreacional Campestre en la ciudad de Sechura, por la cual se discutirán en función a los objetivos específicos y general:

**OBJETIVO ESPECÍFICO N° 1;** Analizar el entorno del mercado para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura

Moreno (2016) define a la **oferta**, como principalmente las cantidades necesarias que ofrece una empresa o competidor respecto a un producto y/o servicio, la cual cumple con una serie de aspectos valorativos por el público general o segmento en la cual esta dirigido de manera estratégica. **Demanda;** Es esencialmente la cantidad o conjunto de bienes y servicios que los clientes requieren para cumplir sus necesidades, sin embargo esta comprende una serie de exigencias, por las cuales estarían dispuestos a adquirir. **Segmento de mercado;** Se basa fundamentalmente a los queijos o grupos de clientes que mantienen una similitud respecto a un determinado producto o servicio, con la finalidad de complacer sus deseos y acciones de compras.

Por el contrario, los lugares que frecuentemente visitan con familia o amigos son un 38.58% los centros recreacionales, mientras que en función a los gastos que realizan para su diversión o entretenimiento, muestra un 39.63% un valor de hasta S/. 100.00, , así también el nivel de concurrencia en algún centro campestre, el 39.90% considera una vez a la quincena o dos veces al mes, sin embargo en función a la satisfacción de sus necesidades o requerimiento de los centros campestres actuales en la ciudad de Sechura, muestra un 56.43% que está en desacuerdo, demostrando que es necesario cumplir con su nivel de satisfacción principalmente de los servicios que exigen los clientes potenciales.

El nivel de aceptación para la creación de un nuevo centro campestre es considerablemente aceptable, debido a que el 96.59% lo calificó afirmativamente a diferencia del 3.41% que no está de acuerdo, mientras que en función a si con

quien frecuentaría los servicios del centro recreacional, el 43.75% considero a su familia a diferencia de un 1.09% que califico a otros, así mismo en relación a los motivos para asistir a los centros recreacionales, el 35.60% considera como para mantenerse activos, a diferencia del 21.20% considera por no sentirse sola en casa, demostrando que existe una aceptación del plan de negocio que define la demanda potencias que usualmente adquiriría los servicios recreacionales. La brecha de la demanda fue muestra que para el periodo 2020 de 1,189,525 por frecuencia que adquirirían los servicios, sin embargo, la diferencia relacionada con el ofertante que muestra para ese año 24,782 individuos, reflejando una brecha de demanda favorable de 1,164,744 frecuencia de veces que adquirirían los servicios del servicio campestre, sin embargo, solo se va a satisfacer anualmente el 22.22% en función a la capacidad de atención máxima.

El análisis del entorno del mercado es fundamental, debido que para el desarrollo de un plan de negocio, se debe tener en cuenta está fase, debido a que permite conocer y determinar el segmento de mercado, así como la demanda y oferta respecto a los clientes potenciales, sin embargo en la mayoría de estudio este juega un valor importante de manera cuantificable, porque desde esta etapa se evidencia el nivel de aceptación de un servicio a ofrecer, en cuanto están dispuestos adquirir dicho servicio, teniendo en cuenta los atributos o valor agregado que marque la diferencia a diferencia de los competidores u ofertantes.

**OBJETIVO ESPECÍFICO N° 2;** Establecer los factores de marketing para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura

Moreno (2016) menciona que el **precio del servicio**, es fundamentalmente aquellos aspectos que se determinan a través de los costos y beneficio adicional que genera establecer un precio acorde a las necesidades de la empresa y accesibilidad de los clientes. Los resultado por el contrario muestran que el factor más valorativos de la demanda en función a la adquisición de los servicios, el 45.92% considera el precio, calidad, buen servicio y comodidad, así mismo respecto a los tipos de servicios que le gustaría que exista en un centro campestre, el 31.52% considero las áreas de piscina, mientras que la plataforma para realizar la compra de los servicios o al menos su reserva, el 48.64% considera de manera física en el centro recreacional, demostrando que

existen una serie de factores valorativos, en la cual se debe basar el plan de negocio. En función a las tarifas y precios, el 35.87% está dispuesto pagar S/. 20.00 para adquirir los servicios del nuevo centro campestre, teniendo en cuenta la calidad del servicio que debe ser un elemento clave, mientras que en función a las opciones de pago que más le agrada, el 53.80% considera el efectivo, demostrando que el nuevo centro debe ofrecer una serie de facilidades en los medios de pago más seguro.

Las promociones del servicio, el 49.46% considera que es necesario que el centro campestre realice actividades folclóricas y gastronómicas periódicamente, así mismo el 51.36% está totalmente de acuerdo en realizar y promover paquetes promociones mediante las plataformas digitales, demostrando una mayor relación e interacción de los clientes en función a los servicios recreacionales. Los factores relacionados con los medios y publicidades del servicio, el 76.09% considera que se debe informar sobre los servicios recreacionales mediante los medios de internet, así mismo el 54.10% considera que los tipos de materiales de mercado que más le agrada se basan en folletos, mientras que el 49.25% considera que es necesario la instalación de un panel publicitario e información en el centro de la ciudad de Sechura.

El marketing, juega un rol primordial en un plan de negocio, debido a que es donde se fijaran las tarifas mas optimas en función a la accesibilidad de la demanda o cuanto están dispuesto a cancelar, teniendo en cuenta el tipo de servicio que se le brinda, así mismo de la plaza y la promoción respectiva que se le debe dar con la finalidad de generar una mayor fidelidad o lealtad por los clientes en función a la frecuencia de su adquisición o consumo, siendo vital para mantener un crecimiento continuo con el pasas de los años y sobre todo incidiendo en la rentabilidad del plan de negocio, debido que su planificación esencialmente se basa teniendo en cuenta el factor de ingresos.

**OBJETIVO ESPECÍFICO N° 3;** Diseñar los procesos operacionales para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura

Martínez (2016) define al *tamaño o capacidad*, una pieza clave para la puesta en marcha de un plan de negocio así mismo se enfoca en la capacidad maxima y minima en función a la atención en función a los criterios de confort y

comodidad para los clientes. *Tecnología*, como aquello que es necesario durante la consideración de los aspectos físicos, puesto que esto agrupa principalmente los requerimientos tecnológicos necesarios para el plan de negocio que abarca los sistemas, equipos y maquinarias necesarias para alcanzar el rendimiento necesario para el desarrollo productivo y operativo. *Infraestructura*; Es esencialmente en donde se distribuirán los diferentes ambientes, en donde se debe tener una simetría y concordancia respecto a la fluctuación de las líneas de servicio. *Localización*; Es otro de los indicadores claves que integra un negocio, debido a que es donde específicamente se ubica la idea de negocio, teniendo en cuenta una serie de evaluaciones sobre los factores como los recursos del entorno.

Los factores operacionales que inciden en el plan de negocio, principalmente están relacionados en que el 47.83% está totalmente de acuerdo con que el nuevo centro recreacional deban poseer una infraestructura amplia y moderna, mientras que la localización que le gustaría que se instale el centro campestre, el 57.84% considera en los alrededores de Sechura, así también en función a los materiales de edificación que considera más adecuado, el 37.31% considera la decoración moderna, por su parte el 47.39% está de acuerdo que cada área cuente con un personal especializado, mientras que el 41.04% está de acuerdo que el personal debe contar con un adecuado uniforme, a diferencia del 0.75% que está totalmente en desacuerdo.

A diferencia de la satisfacción al cliente y finalmente los aspectos físicos, en donde mediante la técnica de la observación este mostro un promedio ponderado de 3.50 para el Nuevo Centro Recreacional San Juan II a diferencia del 2.50 que represento el Centro Recreacional Sol Sol, con una menor valoración, demostrando que el plan de negocio posee la ventaja necesaria para poder localizarse de manera efectiva en la ciudad de Sechura, principalmente a sus alrededores.

Los procesos operacionales, son otras de las fases muy importantes en el plan de negocio, sobre todo cuando se debe estructurar los aspectos físicos, tecnológicos, capacidad y localización del negocio, en donde se debe tener en cuenta principalmente la capacidad máxima y mínima de atención en función a

poder limitar los espacios adecuado para cumplir con una porción o segmento de mercado, así mismo considerar ciertos elementos como calidad del servicio, ser canida de la demanda , recursos u otros en función a considerar los factores de localización mas adecuada, donde los clientes o consumidores se sientan satisfechos con el servicio que recibirán respecto al centro campestre en la ciudad de Sechura.

**OBJETIVO ESPECÍFICO N° 4;** Establecer los factores estratégicos para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura

En función a los factores estratégicos, se consideró la importancia los lineamientos de planificación, en donde se consideró como propuesta su elaboración, siendo la misión; “Ofrecer a nuestros socios y público en general un servicio de calidad en función a la variedad de servicios recreacionales, fomentando un mayor convivencia y valoración del medio ambiente mediante el confort y exclusividad de los ambientes. Mientras su visión; Ser una referencia nacional como un centro de recreación campestre que ofrece seguridad, calidad y accesibilidad en sus tarifas en función a sus ambientes, generando acciones de sostenibilidad ambiental y retorno a sus accionistas.

El análisis estratégico, es un elemento clave que en todo tipo de negocio en planificación se debe considerar, puesto que indica o muestra el camino necesario para que a un largo plazo se puedan lograr, las cuales deben ser coherente y alcanzables, que están compuesto por la misión, visión, valores y estrategias del negocio que genere una mayor participación del mercado

**OBJETIVO ESPECÍFICO N° 5;** Establecer los factores organizacionales para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura

Sainz (2018) *Leyes, normas y reglamentos*, Son una serie de factores documentarios en cumplimiento de las normas según su naturaleza conforme a cada país, siendo su cumplimiento necesario para el adecuado funcionamiento del plan de negocio a un largo plazo, la *Constitución organizacional*, Es el inicio de la actividad empresarial, la cual abarca el cumplimiento de los procedimiento legales y administrativos que permita esencialmente la formación y organización activa ante los regímenes país. *Estructura organizacional*, Son aquellos

lineamientos que conforma principalmente el organigrama del negocio, así como las funciones y responsabilidades que el personal debe cumplir.

Los resultados muestra que se cuenta principalmente los factores que sustentan la creación de un Centro Recreacional Campestre, la ciudad de Sechura, en donde se explica cómo está conformado orgánicamente el plan de negocio a nivel organizacional, así también de la realización del Manual de Organización y Funciones (MOF) y El Reglamento Interno de Trabajo (RIT), finalmente la constitución jurídica del estudio, demostrando que es factible su creación desde una perspectiva organizacional y jurídico, siendo considerado como una empresa jurídica S.A.C.

El aspecto organizacional, es fundamental debido a que se centra en la estructura orgánica y de la documentación organizacional, puesto que permite establecer las funciones y responsabilidades del personal que abarcara en el plan de negocio, así también las áreas respectivas, reglamentos y manuales, que inciden en todo tipo de negocio, reduciendo los niveles de incertidumbre respecto a las tareas o actividades que deben desarrollar en cada uno de los ambientes establecidos en el plan.

**OBJETIVO ESPECÍFICO N° 6;** Evaluar la viabilidad económica y financieramente para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura

Pérez y Gonzáles (2019) Valor Actual Neto (VAN / VNA); Es un indicador que permite medir la viabilidad del plan de negocio a nivel económico y financiero, estableciendo la tasa de descuento y considerando el valor de la inversión y los ingresos o ganancias que se generan. Rodríguez (2017) expresa que el **Beneficio y costo (B/C)**, es uno de los indicadores que usualmente abarca a demostrar la rentabilidad del plan de negocio, a través de sus análisis , en donde se consideran aquellos criterios como **B/C > 1**, indica que los beneficios superan los costes, por consiguiente, el proyecto debe ser considerado, **B/C=1**, aquí no hay ganancias, pues los beneficios son iguales a los costes y **B/C <**. Los resultados del estudio muestran que el VAN= S/. 12,043,510.24 mientras el TIRE = 62%, demostrando que económicamente es rentable y viable, siendo este un valor positivo, así mismo el VANF= S/.

8,410,467.07, y el TIRF= 41%, demostrando que ha reducido el nivel de tasa interna a nivel financiero debido al fuerte financiamiento realizado, pero a pesar de ello existe un alto nivel de rentabilidad económica y financiera para la creación de un Centro Recreación Campestre.

Según el estudio de Marín y Rodríguez (2016) quienes concluyeron que la creación para este proyecto se estimó una inversión inicial de 64,655.51 la cual el 40% será aportado por socios y el otro 59.79% de la inversión será solventado por un crédito bancario, con un periodo de recuperación de la Inversión es de 2 años y 4 meses. El TIR es del 51.76% genera rentabilidad; el VAN muestra que la utilidad total después de los 5 años de vida del proyecto. Mientras Vizuite (2016) concluyo una viabilidad del plan, de la inversión del Centro de recreación e integración familiar SPLASH es de USD 66.006,90, el valor que va ser financiado con un préstamo bancario es de USD 30.000,00 a un plazo de 5 años con una tasa de interés del 11,50%.

Vílchez (2019) concluyo que el VANE es de S/291,012 y un TIRE de 46.21%, de igual manera se avaluó el VANF fue de S/298,933 y el TIRF 57.48%, con una inversión total de S/334,447.23, donde los inversionistas aportaron un 70.1% con capital propio y el otro 29.9% mediante un crédito empresarial. Mientras Jiménez (2017) concluyo la evaluación del proyecto requiere una inversión total S/. 2`097,992 soles, en 40% sería aporte de socios, el 60% sería financiado por el Banco Financiero, el Plan de negocio es viable económica y financieramente, con resultados positivos de un VNAE de S/.1'404,678 y un VNAF de S/. 1'550,065.

Ticliahuanca (2017) concluyendo que determinar la aceptación del negocio, en el cual se invertirá un monto total es de S/. 110,450.00 soles, de los cuales hay una inversión fija de S/.52,404.25 nuevos soles, y un capital de trabajo de S/.58,045.75 soles; el negocio es viable y rentable económicamente, ya que se obtiene un VANE de S/.1,910,222.55 y una TIRE de 197.45%; un VANF de S/. 1,662,500.07 y un TIRF de 228.19%. Casalino (2017) concluyo que la inversión para la creación del proyecto será un inicial de S./ 194,902.21, un capital de trabajo de S./ 7,430.05 además se pudo determinar que este negocio es rentable solo financieramente ya que el VANF es de S. / 99,860.01 y un TIRF de 26.09%,

por otro lado la rentabilidad se torna oscura económicamente con un VAN económico negativo de S./ - 97,176.07 .y un TIR económico de 7.41%. Vallejos (2016) concluyendo que el VANE de 887,485.6 y TIRE de 19.72% en los indicadores de rentabilidad financiera el VANF S/ 2,898 463N y la TIRF 31.05% el cual presentan resultados prósperos.

## V. CONCLUSIONES

1. El entorno del mercado para la creación de un Centro Recreacional Campestre, es factible en el plan de negocio, se concluye que existe un alto brecha de demanda de 1,164,744 para el periodo 2020, pero solo se atenderá como capacidad máxima un 20.22%, así mismo el nivel de aceptación es del 96.59%.
2. Los factores de marketing para la creación de un Centro Recreacional Campestre, es factible en el plan de negocio, se concluye que los factores más valorativos de la demanda en función a la adquisición de los servicios, el 45.92% considera el precio, calidad, buen servicio y comodidad, mientras en función a las tarifas y precios, el 35.87% está dispuesto pagar S/. 20.00 para adquirir los servicios del nuevo centro campestre.
3. Respecto al diseño de los procesos operacionales para la creación de un Centro Recreacional Campestre, se concluye que los factores operacionales que inciden en el plan de negociación, principalmente están relacionados en que el 47.83% está de acuerdo que el nuevo centro deba poseer una infraestructura amplia y moderna, así mismo, así mismo la localización que le gustaría que se instale el centro campestre, el 57.84% considera en los alrededores de Sechura
4. Respecto al diseño de los procesos operacionales para la creación de un Centro Recreacional Campestre, se concluye que es necesario realizar un misión y visión en función a lo que se desea alcanzar a cinco años, teniendo en cuenta la calidad en el servicio y la variedad de juegos recreación como atributos para ser una referencia a nivel nacional.
5. Respecto a los factores estratégicos para la creación de un Centro Recreacional Campestre, concluyendo que la empresa estará estructurada mediante un organigrama formal, de manera jerárquica, siendo constituida con S.A.C., en donde tendrá que cumplir con los regímenes tributarios.
6. En función a la evaluación del plan de negociación, esta muestra un TIRE = 62% y el TIRF= 41%, demostrando que económicamente y financieramente es viable demostrando que ha reducido el nivel de tasa

interna a nivel financiero debido al fuerte financiamiento realizado para la creación de un Centro Recreación.

## **VI. RECOMENDACIONES**

1. El entorno del mercado para la creación de un Centro Recreacional Campestre, se recomienda fortalecer su demanda, mediante el desarrollo de estrategias que permita obtener un mayor segmento potencial y generar mayores ventas de manera semestral, mediante programas estratégicos.
2. Los factores de marketing para la creación de un Centro Recreacional Campestre, se recomienda realizar un mejor proceso de atención con la finalidad de generar un mayor nivel de lealtad por parte de los clientes, en función a un ambiente de confort y armonía que garantice una adecuada calidad en su estadía, estableciendo nuevas tarifas más competitivas en el servicio.
3. Respecto al diseño de los procesos operacionales para la creación de un Centro Recreacional Campestre, se recomienda como ir mejorando los ambientes o infraestructura mediante los diseños o colores que tengan una relación con la moda y temporada de atención estableciendo una mayor relación con el cliente, así mismo estableciendo nuevos sistemas modernos.
4. Respecto al diseño de los procesos operacionales para la creación de un Centro Recreacional Campestre, se recomienda promover el conocimiento de la misión, visión y valores estratégicos al personal, en función a cumplir con los lineamientos establecidos a un largo plazo.
5. Respecto a los factores estratégicos para la creación de un Centro Recreacional Campestre, se recomienda cumplir con la estructura orgánica y cumplir con el manual de funciones, así como el reglamento interno, estableciendo un ordenamiento administrativo.
6. En función a la evaluación del plan de negocio, se recomienda cumplir con las obligaciones financiera hasta generar un menor índice de endeudamiento para poder realizar mejoras en los ambientes y que estas se ajusten a las exigencias de los clientes, fortaleciendo su rentabilidad económica y financiera.

## REFERENCIAS

- Arroyare, & López. (2016). *Plan de Negocio para la creación de un proyecto de turismo especializado en dos fincas ubicadas en la ciudad de Pereira*. Pereira, Bolivia.
- Baena, G. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Grupo Editorial Patria.
- Banco BBVA. (17 de Abril de 2018). *Cómo preparar un plan de negocios*. Obtenido de Ejecución de un plan de negocio: <https://www.bbva.com/es/preparar-plan-negocios/>
- Casalino. (2017). *Plan De Negocios de una Empresa de Transportes Turístico en la Ruta de Piura-Máncora-Tumbes*. 2017. Piura, Perú.
- Castillo, Vasquez, & Vasquez. (2016). *Plan de Negocio para la Implementación de Centro Recreacional en Puerto Maldonado*. Perú.
- Galán, R. (2 de Febrero de 2019). *Plan de negocio de una empresa de reformas*. Obtenido de Desarrollo y proceso de planes de negocios: <https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/a76755/cinco-planes-de-negocio-completos/#>
- Gomez, S. (2012). *Metodología de la investigación*. Tlalnepantla, Estado de México: Red Tercer Milenio.
- Gutiérrez, Lasso, & Rodríguez, M. y. (2016). *Planes de Negocio, Centro Recreativo "Mango´s City*. Nicaragua.
- Hernandez, F. &. (2014). *Metodología de la investigación 6° Edición*. México: McGrawh-Hill.
- Jiménez. (2017). *Plan de negocio para atender la demanda de un Centro Turístico en Motupe*. Chiclayo, Perú.
- Martínez, I. (2016). *Planificación e iniciativa emprendedora en pequeños negocios o microempresas*. Sevilla, España: Cano Pina.
- Moreno, F. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. Chile: RIL editores.

- Noreña, L., Alcaraz, N., Rojas, G., & Rebolledo, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación . *Applicability of the Criteria of Rigor and Ethics in Qualitative Research*, 263 - 274.
- Pérez, D., & Gonzáles, R. (2019). *Así se hace un plan de empresa*. Madrid, España: Editorial Tébar Flores.
- Pérez, F. (2017). *Marketing y plan de negocio de la microempresa*. Madrid, España: Editorial CEP, S.L.
- Portal de la Economía Solidaria. *Economía solidaria: un plan de negocio para cambiar el mundo*. Obtenido de Desarrollo económico mediante un plan de negocio: <https://www.economiasolidaria.org/noticias/economia-solidaria-un-plan-de-negocio-para-cambiar-el-mundo>
- Potal Pymes y Emprendedores. *Cómo elaborar con éxito el plan de negocio de un autónomo*. Obtenido de Creación y desarrollo de un plan de negocio: <https://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/10184043/11/19/Como-elaborar-con-exito-el-plan-de-negocio-de-un-autonomo.html>
- Quiroz. (2019). *Determinación de la factibilidad para la implementación del recreo campestre Nitza en el centro poblado la Unión, Distrito de Cajaruro*. Bagua Grande, Perú.
- Rodríguez, C. (2017). *Planificación y apertura de un pequeño comercio*. Madrid, España: Editorial CEP, S.L.
- Sainz, M. (2018). *Crear una empresa en la práctica*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Ticliahuanca. (2017). *Plan de Negocios para la implementación de un restaurante de comida regional en la ciudad Piura*. Piura, Perú.
- Universidad de ESAN. *La importancia del plan financiero en el plan de negocios*. Obtenido de Valor del plan de negocio: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/05/la-importancia-del-plan-financiero-en-el-plan-de-negocios/>

Vallejos. (2016). *plan de negocio para la creación de un centro de esparcimiento en el Distrito de Paita, año 2016*. Piura, Perú.

Vílchez. (2019). *Plan de Negocio para la Implementación de un Ecolodge en Madre de Dios*. Madre de Dios, Perú.

Vizueta. (2016). *Plan de Negocio para la creación de un Centro de Recreación e Integración Familiar usando CRM, en Bellavista de Calderón al Norte de Quito, Pichincha*. Quito, Ecuador.

## **VII. ANEXOS**

**ANEXO 1. Matriz de consistencia**

TITULO	PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	METODO
	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	
Plan de negocios para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura	¿Es el plan de negocios una herramienta que permita la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura?	Elaborar un plan de negocios para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Tipo y diseño de investigación</b> Aplicada, Transversal – Descriptiva</li> <li>▪ <b>Enfoque</b> Mixto; Cualitativo y cuantitativo</li> <li>▪ <b>Población</b> 50,357 habitantes del segmento AB, C y D de las zonas urbanas y rurales.</li> <li>▪ <b>Muestra</b> 381 encuestas</li> <li>▪ <b>Técnica e instrumento</b> Encuesta / cuestionario</li> <li>▪ <b>Método de análisis</b> Análisis descriptivo mediante SPSS V.25, a través de tablas de frecuencia y porcentaje.</li> </ul>
	PROBLEMA ESPECIFICOS	OBJETIVO ESPECIFICOS	
	¿Cómo el entorno del mercado permitirá la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura?	Analizar el entorno del mercado para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura	
	¿Cómo el desarrollo del marketing permitirá la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura?	Establecer los factores de marketing para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura	
	¿Cómo los procesos operacionales permitirán la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura?	Diseñar los procesos operacionales para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura	
	¿Como los factores estratégicos permitirá la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura	Establecer los factores estratégicos para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura	
	¿Cómo los factores organizacionales permitirán la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura	Establecer los factores organizacionales para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura	

	¿Es viable económico y financieramente la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura?	Evaluar la viabilidad económica y financieramente para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura	
--	--	---	--

*Fuente; Elaborado por los autores.*

## ANEXO 2. Matriz de instrumentos

PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICA / INSTRUMENTO	INSTRUMENTO A CUESTIONARIO		
					Nº	ÍTEMS	
¿Es el plan de negocios una herramienta que permita la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura?	Elaborar un plan de negocios para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura	X <sub>1</sub> PLAN DE NEGOCIO	X <sub>1.1</sub>	- Segmento de mercado	Encuesta / Cuestionario	11	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11
			X <sub>1.2</sub>	- Estimación de la demanda y oferta			
			X <sub>1.3</sub>	- Clientes potenciales			
			X <sub>1.4</sub>	- Tarifas o precios		11	12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22
			X <sub>1.5</sub>	- Producto y/o servicio			
			X <sub>1.6</sub>	- Plaza			
			X <sub>1.7</sub>	- Promoción			
			X <sub>1.8</sub>	- Localización del negocio		04	23,24,25,26
			X <sub>1.9</sub>	- Tamaño del negocio			
			X <sub>1.10</sub>	- Tecnología			
			X <sub>1.11</sub>	- Distribución física			
			X <sub>1.12</sub>	- Capacidad de atención			
			X <sub>1.13</sub>	- Ciclo del servicio			
			X <sub>1.14</sub>	- Misión del negocio			
			X <sub>1.15</sub>	- Visión del negocio			
			X <sub>1.16</sub>	- Objetivos estratégicos			
			X <sub>1.17</sub>	- Valores del negocio			

			X1.18	- Estrategias del negocio		
			X1.19	- Estructura organizativa		
			X1.20	- Organigrama organizacional		
			X1.21	- Manual de organización y funciones		
			X1.22	- Reglamentos internos del trabajo		
			X1.23	- Aspectos legales		
			X1.24	- Recuperación de la inversión		
			X1.25	- Valor actual neto		
			X1.26	- Tasa interna de retorno		
			X1.27	- Beneficio - costo		

**Fuente;** Elaborado por los autores.

**ANEXO 3. Formato de cuestionario a la población de la ciudad de Sechura  
respecto a la variable plan de negocios.**



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

N° \_\_\_\_\_

Estimado habitante, reciba mi cordial saludo, así mismo el siguiente cuestionario, está destinado principalmente para recolectar información necesaria que es de carácter confidencial, que servirá como soporte al estudio que se realizará en cuanto al *Plan de Negocio para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura, Piura - 2019*. Se le agradece su valiosa colaboración.

**I. INTRODUCCIÓN**

Lea cuidadosamente cada ítem y marque con una (X)

<p>1.- Ingresos (s/.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Menos de S/.930</li> <li>b) Entre S/ 931 y 1500</li> <li>c) Entre S/ 1501 y 2500</li> <li>d) Entre S/ 2500 y 3500</li> <li>e) S/3500 a más.</li> </ul> <p>2.- ¿A qué lugares suele visitar con frecuencia con su familia o amigos en su tiempo de descanso?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Restaurante</li> <li>b) Centro Recreacional</li> <li>c) Playa</li> <li>d) Discoteca</li> <li>e) Parque de Diversiones</li> </ul> <p>3.- ¿Cuánto destina a gastar en su tiempo libre para actividades de ocio, diversión y entretenimiento?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Hasta S/.100</li> <li>b) Entre S/ 100 y 200</li> <li>c) Entre S/ 200 y 400</li> <li>d) Entre S/ 401 y 500</li> <li>e) 501 a mas</li> </ul> <p>4.-Ud. Acude a centros Campestres?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Una vez a la semana</li> <li>b) Una vez quincenal</li> <li>c) Una vez al mes</li> <li>d) Una vez al año</li> <li>e) Casi nunca</li> </ul>	<p>6.- ¿Estaría usted de acuerdo con la creación de un centro Campestre en el sector de Sechura</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Si</li> <li>b) No</li> </ul> <p>7.- ¿Comúnmente con quienes acude a Centros Recreacionales?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Familia</li> <li>b) Amigos</li> <li>c) Pareja</li> <li>d) Solo</li> <li>e) Otros</li> </ul> <p>8.- ¿Cuáles son los motivos que lo impulso a asistir?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Mantenerse activo</li> <li>b) Conocer más personas</li> <li>c) No sentirse solo en casa</li> <li>d) Aprender y explorar nuevas cosas</li> <li>e) Otros</li> </ul> <p>9.- ¿A qué Centros de entretenimiento que ha acudido usted en la Provincia de Sechura?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Jhonny Manuelito</li> <li>b) San Juan</li> <li>c) Sol Sol</li> <li>d) Los Rosales</li> <li>e) Todas las anteriores</li> </ul> <p>10.- ¿Que tan satisfecho se encuentra usted con los servicios que ofrecen los Centros</p>
---	---

<p>5.- ¿Cree Usted que en Sechura existen centros Campestres que satisfacen plenamente las necesidades y requerimientos de los visitantes?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Totalmente de acuerdo</li> <li>De acuerdo</li> <li>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</li> <li>En desacuerdo</li> <li>Totalmente en desacuerdo</li> </ol> <p>11.- ¿Estaría usted de acuerdo con la creación de un centro recreacional en el sector de Sechura con infraestructura amplia y moderna respecto a los servicios que brinde?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Totalmente de acuerdo</li> <li>De acuerdo</li> <li>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</li> <li>En desacuerdo</li> <li>Totalmente en desacuerdo</li> </ol> <p>12.- ¿Que factor es el que más le interesa a la hora de adquirir el servicio?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Precio</li> <li>Calidad</li> <li>Buen Servicio</li> <li>Comodidad</li> <li>Todos los anteriores</li> </ol> <p>13.- Tipos de servicio que le gustaría que consideren en un centro campestres</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Áreas de piscina</li> <li>Alojamiento</li> <li>Restaurante</li> <li>Discoteca</li> <li>Parque de diversión</li> <li>Área de juegos para niños</li> <li>Todos los anteriores</li> </ol> <p>14.- Tipos de juegos recreación que le gustaría que consideren en un centro campestres</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Juegos mecánicos</li> <li>Parapente</li> <li>Bungee Jumping</li> <li>Rapel</li> <li>Motocross</li> </ol>	<p>Campestres que existen actualmente en la Provincia de Sechura?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Totalmente satisfecho</li> <li>Satisfecho</li> <li>Ni satisfecho Ni insatisfecho</li> <li>Insatisfecho</li> <li>Totalmente insatisfecho</li> </ol> <p>17.- ¿Que opciones de pago le gustaría tener?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Efectivo</li> <li>Tarjeta de debito</li> <li>Tarjeta de crédito</li> <li>Transferencia a la cuenta.</li> </ol> <p>18.- ¿A través de que plataforma le gustaría adquirir o reservar los servicio?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>En el propio centro recreacional</li> <li>Portal web</li> <li>Redes sociales</li> <li>Fax</li> </ol> <p>19.- ¿Le gustaría acceder a paquetes promocionales mediante plataformas digitales?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Totalmente de Acuerdo</li> <li>De acuerdo</li> <li>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</li> <li>En desacuerdo</li> <li>Totalmente en desacuerdo</li> </ol> <p>20.- ¿En qué medios de Comunicación le gustaría recibir información acerca del Centro Campestre?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Internet</li> <li>Periódico</li> <li>Radio</li> <li>TV</li> <li>Revistas</li> </ol> <p>21.- ¿Qué tipos de materiales de mercadeo escogería?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Folletos</li> <li>Afiches</li> <li>Autoadhesivos</li> <li>Objetos</li> </ol>
--	--

<p>f) Paseo en caballo g) Fiestas temáticas</p> <p>15.- ¿Estaría de acuerdo que se realicen actividades extraordinarias, Folclóricas, gastronomía entre otras para los turistas?</p> <p>a) Totalmente de Acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo</p> <p>16.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por los servicios de un nuevo centro campestre?</p> <p>a) Hasta S/. 20.00 b) Entre S/. 21.00 a 30.00 c) Entre S/. 31.00 a 40.00 d) Entre S/. 41.00 a 50.00 e) S/. 51.00 a mas</p> <p>24.- ¿Como le gustaría que sea el material de la edificación del Centro Recreativo?</p> <p>a) Decoración rustica b) Decoración típica c) Decoración moderna d) Decoración ecológica</p> <p>25.- ¿Le gustaría que cada servicio que se ofrezca en el centro recreacional, pueda tener personal especializado en su área?</p> <p>a) Totalmente de Acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo</p>	<p>22 ¿Estaría de acuerdo que se instale un panel publicitario en un lugar céntrica de Sechura, promocionando los distintos servicios que ofrecerá el centro recreacional?</p> <p>a) Totalmente de Acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo</p> <p>23.- ¿En qué lugar de Sechura le gustaría encontrar usted al Centro Recreacional?</p> <p>a) Cerca de la playa b) Parte céntrica de Sechura c) Alrededores de Sechura d) Cerca al Médano Blanco e) Cerca al rio Sechura</p> <p>26.- ¿Piensa Ud. que sería fundamental que el personal tenga un uniforme representativo, que identifique la empresa?</p> <p>a) Totalmente de Acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo</p>
--	--

### DATOS GENERALES

1. Sexo: M:\_\_\_ F:\_\_\_
2. Edad:    20 - 29                      30 – 39                      40 – 49                      50 – 69
3. Lugar de residencia: \_\_\_\_\_
4. Fecha de aplicación: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

## ANEXO 4. Validación de los instrumentos



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Vegas Palomino, Isidro Iván con DNI N° 02847776 Doctor(a)  
 en Administración de Negocios y Relaciones Internacion.  
 N° ANR/COPA1674666 de profesión contador público  
 desempeñándome actualmente como docente universitario  
 en Universidad César Vallejo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Análisis Documental y Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los ..... días del mes de octubre de Dos mil diecinueve.

  
Iván Vegas Palomino, MBA  
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO

Mg. : Vegas Palomino, Isidro Iván  
DNI : 02847776  
Especialidad : Mg. Adm. Negocios y Relac. Int  
E-mail : cpc\_ivp@hotmail.com

**“Plan De Negocios Para La Creación de un centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura 2019”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
<b>ASPECTOS DE VALIDACION</b>		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																80					
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																80					
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																80					
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																80					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																80					





### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Groover V. Villanueva Batión con DNI N° 02842722 Doctor(a)  
 en Administración  
 N° ANR/COP ....., de profesión Ing. Industrial  
 desempeñándome actualmente como Docente a T.P  
 en UCV - Campus Pucallpa

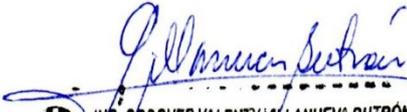
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Análisis Documental y Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los ..... días del mes de octubre de Dos mil diecinueve.

  
  
ING. GROOVER VALENTY VILLANUEVA BUTRÓN  
Ing. Industrial en Investigación de Operaciones  
C.I.P. 113341  
MAESTRIA EN ECONOMÍA Y ADMINISTRACION  
DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN

Mg. :  
DNI : 02842722  
Especialidad : Ing. Industrial  
E-mail : grobutm@gmail.com

## “Plan De Negocios Para La Creación de un centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura 2019”

### FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				98	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																				98	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																				98	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																				98	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																				98	



## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Carlos Angelo Corcuera con DNI N° 06437510 Doctor(a)  
 en Administración de Negocios  
 N° ANR/COP ....., de profesión Licenciado en Administración  
 desempeñándome actualmente como Docente a tiempo completo  
 en la Universidad César Vallejo de Piura

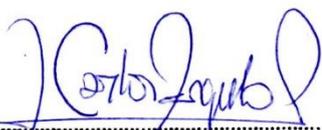
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Análisis Documental y Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los ..... días del mes de octubre de Dos mil diecinueve.



MBA. Carlos Antonio Angulo Corcuera  
Magister en Administración de Negocios  
Licenciado en Administración  
CLAD. N° 18480

Mg. : Carlos Angulo Corcuera  
DNI : 06437510  
Especialidad : MARKETING - Finanzas  
E-mail : anguloca@uavirtual.edu.pe

## “Plan De Negocios Para La Creación de un centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura 2019”

### FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			95		
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																			93		
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																			92		
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																			92		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																			96		



## ANEXO 5. Validación de la confiabilidad del cuestionario

### ANEXO K. Costos relacionados a la inversión, fija tangible e intangible y otros

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO</b>	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	--	-----------------------

#### I. DATOS INFORMATIVOS

<b>1.1. ESTUDIANTE</b>	:	Antón Querevalú Santos Gualberto Liviapoma Vásquez Meliza
<b>1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN</b>	:	Plan de negocios para la creación de un Centro Recreacional Campestre en la Provincia de Sechura, piura-2019
<b>1.3. ESCUELA PROFESIONAL</b>	:	ADMINISTRACIÓN
<b>1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)</b>	:	Cuestionario sobre plan de negocios
<b>1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO</b>	:	<i>KR-20 kuder Richardson</i> ( )
	:	<i>Alfa de Cronbach.</i> ( )
<b>1.6. FECHA DE APLICACIÓN</b>	:	No aplica
<b>1.7. MUESTRA APLICADA</b>	:	No aplica

#### II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	<b>No aplica</b>
------------------------------------	------------------

#### III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (Items iniciales, items mejorados, eliminados, etc.)

El instrumento no contiene preguntas con una estructura homogénea, que cumplan con la propiedad de la aditividad, es decir, que se puedan agregar para construir una variable, por lo que no requiere la confiabilidad, aunque si necesita la validación.

Estudiante: Santos G. Antón Querevalú  
DNI : 75810951

Estudiante: Meliza Liviapoma Vásquez  
DNI : 76246110

  
LEMIN ABANTO CERNA  
LIC. EN ESTADÍSTICA  
COESPE 506

**Tabla 40 Costos relacionados con la inversión fija tangible (IFT)**

<b>PARTIDA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>MED.</b>	<b>CANT.</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
					<b>S/</b>
<b>01.00.00</b>	<b>Terreno y edificación</b>				<b>5,424,670.70</b>
				S/.	S/
01.01.00	Terreno	m2	9,733	125.00	1,216,625.00
				S/.	S/
01.02.00	Construcción	Global	1	4,208,045.70	4,208,045.70
					<b>S/.</b>
<b>02.00.00</b>	<b>Vehiculo motorizado</b>				<b>46,100.00</b>
				S/.	S/
03.01.00	Moto tipo cross motor 90 cc	Unid.	12	2,350.00	28,200.00
				S/.	S/
03.02.00	Furgoneta Zongshen 250cc	Unid.	2	8,950.00	17,900.00
					<b>S/.</b>
<b>03.00.00</b>	<b>Maquinaria y equipo</b>				<b>236,364.00</b>
				S/.	S/
03.01.00	Televisor Lg 4k 49"	Unid.	10	1,345.90	13,459.00
				S/.	S/
03.02.00	Computadora Lenovo I5 3.5Ghs	Unid.	6	1,400.00	8,400.00
				S/.	S/
03.03.00	Laptop Lenovo Empresarial I5 3.5Ghs	Unid.	6	1,599.00	9,594.00
				S/.	S/
03.04.00	Impresora Epson Multifuncional L45	Unid.	3	750.00	2,250.00
				S/.	S/
03.05.00	Impresora Ticketera Termica	Unid.	8	175.00	1,400.00
				S/.	S/
03.06.00	Caja registradora computarizada Smart Stouch - R	Unid.	5	1,750.00	8,750.00
				S/.	S/
03.07.00	Ventilador Recco	Unid.	9	199.00	1,791.00

03.08.00	Aire acondicionado 12000 Btus	Unid.	6	S/ 935.00	S/ 5,610.00
03.09.00	Equipo de sonido MHC Sony v90dw	Unid.	3	S/ 2,900.00	S/ 8,700.00
03.10.00	Kit 8 Cámaras de seguridad Full HD KIT-XVR-8C8CH-1TB	Unid.	3	S/ 1,299.00	S/ 3,897.00
03.11.00	Equipo de control biometrico Lx 14 Zk	Unid.	2	S/ 259.00	S/ 518.00
03.12.00	Tp Link Ubiquiti 3.5dbi	Unid.	6	S/ 159.00	S/ 954.00
03.13.00	Luz de emergencia security Flood Solar	Unid.	12	S/ 129.00	S/ 1,548.00
03.14.00	Generador electrico 7.0kw 4t 220v Gy7001g	Unid.	5	S/ 4,179.00	S/ 20,895.00
03.15.00	Kit Solar 5000w 24v 20800whdia	Unid.	2	S/ 41,245.00	S/ 82,490.00
03.16.00	Depuradora Piscina Solar 48v 500W + controlador TSSP14	Unid.	3	S/ 3,432.00	S/ 10,296.00
03.17.00	Refrigeradora Indurama 1 puerta	Unid.	4	S/ 1,099.00	S/ 4,396.00
03.18.00	Refrigeradora Indurama 2 puerta	Unid.	6	S/ 1,989.00	S/ 11,934.00
03.19.00	Máquina de helado frito Szpilman	Unid.	3	S/ 3,599.00	S/ 10,797.00
03.20.00	Dispensador industrial triple 100 ltrs	Unid.	3	S/ 3,289.00	S/ 9,867.00
03.21.00	Microonda Samsung Black Mirror	Unid.	5	S/ 379.00	S/ 1,895.00
03.22.00	Cocina industrial 3 Hornillas	Unid.	8	S/ 1,290.00	S/ 10,320.00
03.23.00	Pack (Licuador oster, wafleraseverin y parrillera electrica marca Grill)	Unid.	5	S/ 499.00	S/ 2,495.00

03.24.00	Balaza industrial 300kg modelo OEM	Unid.	3	S/ 299.00	S/ 897.00
03.25.00	Balanza electrica Torre 30kg modelo bce30CS	Unid.	5	S/ 99.00	S/ 495.00
03.26.00	Aspiradora Gas 15 Ps BOSH	Unid.	4	S/ 679.00	S/ 2,716.00
<b>04.00.00</b>	<b>Muebles y enseres</b>				<b>S/ 86,531.00</b>
04.01.00	Escritorio ejecutivo asenti	Unid.	4	S/ 589.00	S/ 2,356.00
04.02.00	Escritorio con estante asenti	Unid.	8	S/ 179.00	S/ 1,432.00
04.03.00	Silla de oficina gerencial	Unid.	5	S/ 249.00	S/ 1,245.00
04.04.00	Silla de oficina simple	Unid.	8	S/ 99.00	S/ 792.00
04.05.00	Estantes gigante 4 niveles	Unid.	15	S/ 549.00	S/ 8,235.00
04.06.00	Estante de oficina tipo escalera	Unid.	10	S/ 169.00	S/ 1,690.00
04.07.00	Botiquín de primeros auxilios	Unid.	8	S/ 39.00	S/ 312.00
04.08.00	Mesa de acero inoxidable 112 x 50 x 160	Unid.	6	S/ 899.00	S/ 5,394.00
04.09.00	Mesa redonda 90 cm	Unid.	350	S/ 109.00	S/ 38,150.00
04.10.00	Sillas top elegant almendra	Unid.	600	S/ 24.90	S/ 14,940.00
04.11.00	Toldo blanco 3x3cm	Unid.	150	S/ 79.90	S/ 11,985.00
					<b>S/ Total (Σ) 5,793,665.70</b>

**Fuente;** Elaborado por los autores.

**Tabla 41 Costos relacionados con la inversión fija intangible (IFI)**

<b>PARTIDA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>MED.</b>	<b>CANT.</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
					<b>S/.</b>
<b>01.00.00</b>	<b>Gastos de estudio</b>				<b>18,800.00</b>
01.01.00	Estudios definitivos	Global	1	S/. 12,000.00	S/ 12,000.00
01.02.00	Viáticos	Global	1	S/. 6,800.00	S/ 6,800.00
					<b>S/.</b>
<b>04.00.00</b>	<b>Gastos de constitución</b>				<b>19,908.00</b>
01.01.00	Búsqueda del nombre en SUNARP	Global	1	S/. 5.00	S/ 5.00
01.02.00	Reserva del nombre en SUNARP	Global	1	S/. 20.00	S/ 20.00
01.03.00	Elaboración de escritura pública	Global	1	S/. 1,500.00	S/ 1,500.00
01.04.00	Elevar la escritura pública a SUNARP	Global	1	S/. 17,442.00	S/ 17,442.00
01.05.00	Obtención del Ruc	Global	1	S/. -	S/ -
01.06.00	Indecopi (antecedentes de marca) y registro	Global	1	S/. 86.00	S/ 86.00
01.07.00	Elección del régimen tributario	Global	1	S/. -	S/ -
01.08.00	Licencia de DIGESA	Global	1	S/. 365.00	S/ 365.00
01.09.00	Licencia de funcionamiento distrital	Global	1	S/. 250.00	S/ 250.00
01.10.00	Licencia de INDECI	Global	1	S/. 150.00	S/ 150.00

01.11.00	Libros de contabilidad legalizados	Global	1	S/ 90.00	S/ 90.00
----------	---------------------------------------	--------	---	-------------	-------------

**S/**

**Total (Σ) 38,708.00**

**Fuente;** Elaborado por los autores.

**Tabla 42 Costos relacionados al capital de trabajo (CAT)**

<b>PARTID</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>MED.</b>	<b>CANT</b>	<b>COSTO</b>	<b>COSTO</b>
<b>A</b>			<b>.</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
					<b>S/.</b>
<b>01.00.00</b>	<b>Caja y bancos</b>				<b>6,696.00</b>
01.01.00	Luz	Unid.	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
01.02.00	Agua	Unid.	1	S/ 2,750.00	S/ 2,750.00
01.03.00	Telefonía fija, cable e internet Claro	Unid.	1	S/ 239.00	S/ 239.00
01.04.00	Líneas móviles Claro	Unid.	3	S/ 69.00	S/ 207.00
01.05.00	Publicidad D&I Marketing	Unid.	1	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00
					<b>S/.</b>
<b>02.00.00</b>	<b>Planilla laboral</b>				<b>51,622.48</b>
	<b>Mano de Obra Administrativa o Gastos</b>				<b>S/.</b>
<b>02.01.00</b>	<b>Administrativos</b>				<b>13,875.89</b>
02.01.01	Gerente	Unid.	1	S/ 3,651.55	S/ 3,651.55
02.01.02	Administrador	Unid.	1	S/ 2,086.60	S/ 2,086.60
02.01.03	Contador	Unid.	1	S/ 2,086.60	S/ 2,086.60
02.01.04	Asistentes contables	Unid.	2	S/ 1,251.96	S/ 2,503.92

02.01.05	Asistente administrativo	Unid.	2	S/ 1,251.96	S/ 2,503.92
02.01.06	Secretaria	Unid.	1	S/ 1,043.30	S/ 1,043.30
					<b>S/.</b>
<b>02.02.00</b>	<b>Mano de Obra de Vendedores</b>				<b>1,940.54</b>
02.02.01	Taquillero	Unid.	2	S/ 970.27	S/ 1,940.54
					<b>S/.</b>
<b>02.03.00</b>	<b>Mano de Obra directa</b>				<b>31,820.65</b>
02.03.01	Chef ejecutivo	Unid.	2	S/ 2,086.60	S/ 4,173.20
02.03.02	Chef secundario	Unid.	4	S/ 1,564.95	S/ 6,259.80
02.03.03	Asistente de cocina	Unid.	8	S/ 970.27	S/ 7,762.15
02.03.04	Mozos	Unid.	12	S/ 970.27	S/ 11,643.23
02.03.05	Mantenimiento	Unid.	2	S/ 991.14	S/ 1,982.27
					<b>S/.</b>
<b>02.04.00</b>	<b>Mano de Obra Indirecta</b>				<b>3,985.41</b>
02.04.01	Limpieza	Unid.	2	S/ 970.27	S/ 1,940.54
02.04.02	Seguridad	Unid.	2	S/ 1,022.43	S/ 2,044.87
					<b>S/.</b>
<b>03.00.00</b>	<b>Material Indirecto</b>				<b>13,437.70</b>
					<b>S/.</b>
<b>03.01.00</b>	<b>Material Indirecto del servicio</b>				<b>9,533.70</b>
03.01.01	Bolsas de plástico	Paq.	5	S/ 29.00	S/ 145.00

03.01.02	Tanques de plásticos	Unid.	10	S/.	S/	129.00	1,290.00
03.01.03	Balde Plástico 20 L	Unid.	20	S/.	S/	32.99	659.80
03.01.04	Kit Punto Ecológico 121L - 3 cuerpos	Unid.	6	S/.	S/	849.90	5,099.40
03.01.05	Hisopos	Globa I	65	S/.	S/	14.00	910.00
03.01.06	Algodón (gr)	Gr.	45	S/.	S/	3.30	148.50
03.01.07	Gasas	Paq.	22	S/.	S/	6.00	132.00
03.01.08	Alcohol medicinal	Ltrs.	5	S/.	S/	35.00	175.00
03.01.09	Guantes desechables	Paq.	6	S/.	S/	15.00	90.00
03.01.10	Cortaúñas	Unid.	5	S/.	S/	72.00	360.00
03.01.11	Tijeras	Unid.	5	S/.	S/	76.00	380.00
03.01.12	Toallas	Paq.	8	S/.	S/	18.00	144.00
					<b>S/.</b>		
<b>03.02.00</b>	<b>Materiales indirectos del servicio</b>					<b>3,904.00</b>	
03.02.01	Botas de agua	Par	30	S/.	S/	25.90	777.00
03.02.02	Mandil	Glob.	22	S/.	S/	29.90	657.80
03.02.03	Guantes	Paq.	40	S/.	S/	10.59	423.60
03.02.04	Lapiceros	Paq.	2	S/.	S/	9.90	19.80

03.02.05	Corrector	Paq.	2	S/.	S/
				14.90	29.80
03.02.06	Goma	Ltrs.	5	S/.	S/
				13.50	67.50
03.02.07	Escobillón más trapeador	Unid.	15	S/.	S/
				45.90	688.50
03.02.08	Recogedor	Unid.	10	S/.	S/
				12.40	124.00
03.02.09	Legía	Ltrs.	30	S/.	S/
				8.90	267.00
03.02.10	Desinfectante	Ltrs.	30	S/.	S/
				8.50	255.00
03.02.11	Ambientador	Ltrs.	60	S/.	S/
				9.90	594.00
					<b>S/.</b>
<b>04.00.00</b>	<b>Combustible y lubricantes</b>				<b>11,579.00</b>
04.01.00	Gasolina de 90°	Gal.	380	S/.	S/
				29.00	11,020.00
04.02.00	Aceite Shell HELIX HX5 20W -50	Unid.	26	S/.	S/
				21.50	559.00
					<b>S/</b>
					<b>Total (Σ) 83,335.18</b>

*Fuente; Elaborado por los autores.*

**Tabla 43 Depreciación global según categorías**  
**DEPRECIACIÓN GLOBAL**

PARTIDA	DESCRIPCIÓN	MED.	CANT.	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DEP. MENSUAL	DEP. ANUAL
01.00.00	Edificación	Global	1	S/ 4,208,045.70	S/ 4,208,045.70	S/ 10,520.11	S/ 126,241.37
02.00.00	Vehículo motorizado	Global	1	S/ 46,100.00	S/ 46,100.00	S/ 768.33	S/ 9,220.00
03.00.00	Maquinaria y equipo	Global	1	S/ 236,364.00	S/ 236,364.00	S/ 4,924.25	S/ 59,091.00
04.00.00	Muebles y enseres	Global	1	S/ 86,531.00	S/ 86,531.00	S/ 721.09	S/ 8,653.10
				<b>S/</b>	<b>S/</b>	<b>S/</b>	<b>S/</b>
				<b>Total (Σ)</b>	<b>4,577,040.70</b>	<b>16,933.79</b>	<b>203,205.47</b>

*Fuente; Elaborado por los autores.*

#### ANEXO 6. Presupuesto de construcción

PRESUPUESTO GENERAL								
PARTIDAS PROYECTO CENTRO RECREACIONAL CAMPESTRE								
PRIMER PISO								
Partida	Descripción	Und	Metrado	Precio Unit.	Parcial			
<b>01.00.00</b>	<b>TRABAJO PRELIMINAR</b>					S/	<u>2,757,751.00</u>	
01.01.00	Cimentación	Global	1.00	S/ 1,545,236.00	S/	1,545,236.00		
01.02.00	Platea	Global	1.00	S/ 958,002.00	S/	958,002.00		
01.01.00	Encuadre	Global	1.00	S/ 254,513.00	S/	254,513.00		
<b>01.00.00</b>	<b>TRABAJOS PROVISIONALES</b>					S/	<u>3,500.00</u>	
01.01.00	Agua para servicio	gbl	1.00	S/ 1,500.00	S/	1,500.00		
01.02.00	Movilización y desmovilización de Equipo	gbl	1.00	S/ 2,000.00	S/	2,000.00		
<b>02.00.00</b>	<b>TRABAJOS PRELIMINARES</b>					S/	<u>29,928.32</u>	
02.01.00	Limpieza de terreno	M2	8800.00	S/ 1.63	S/	14,344.00		
02.02.00	Trazo, nivel y replanteo	M2	8800.00	S/ 1.63	S/	14,344.00		
10.14.00	Inodoros	UND	21.00	S/ 21.76	S/	456.96		
10.15.00	Lavatorios	UND	28.00	S/ 21.76	S/	609.28		

10.15.00	Urinaros	UND	8.00	S/ 21.76	S/ 174.08
<b>04.00.00</b>	<b>TRABAJOS DE CONCRETO SIMPLE</b>				<u>S/ 572,610.00</u>
04.03.00	Contrapiso e=0.05	M2	632.00	S/ 35.00	S/ 22,120.00
04.04.00	Falso piso de concreto e=0.15 losa de concreto armado	KG	632.00	S/ 40.00	S/ 25,280.00
04.04.00	210kg/cm2	M2	1500.60	S/ 350.00	S/ 525,210.00
<b>05.00.00</b>	<b>TRABAJOS DE CONCRETO ARMADO</b>				<u>S/ 29,511.22</u>
05.01.00	<u>cimientos</u>				
05.01.01	Cimentacion	M3	0.00	S/ 456.00	S/ -
05.02.00	<u>Sobrecimientos</u>				
05.02.01	Concreto F'c=210 Kg/cm2	M3	11.50	S/ 418.00	S/ 4,807.00
05.02.02	Encofrado y desencofrado	M2	153.26	S/ 41.34	S/ 6,335.77
05.02.04	<u>Columnas</u>				
05.02.05	Concreto F'c=210 Kg/cm2	M3	41.40	S/ 166.64	S/ 6,898.90
05.02.06	Encofrado y desencofrado	M2	652.05	S/ 17.59	S/ 11,469.56
05.02.07	Acero Fy=4200 Kg/cm2	KG	0.00	S/ 1.81	S/ -
<b>05.02.10</b>	<b>Escalera primer piso</b>	GLB	1.00	S/ 3,500.00	<u>S/ 3,500.00</u>
05.02.11	Zapatas	und	0.00	S/ 95.20	S/ -
<b>07.00.00</b>	<b>MUROS Y TABIQUES</b>				
07.01.00	Construcción de muro de ladrillo KK 18 huecos	M2	804.64	S/ 36.80	<u>S/ 29,610.75</u>
<b>08.00.00</b>	<b>COBERTURAS MONTAJE</b>				
08.01.00	Suministro e instalación de cobertura de calaminon TR4	M2	979.76	S/ 33.90	<u>S/ 33,213.86</u>
<b>9.00.00</b>	<b>SISTEMA DE DESAGÜE</b>				<u>S/ 32,962.65</u>
9.01.00	Excavacion de zanjas para tuberia de desague	ML	350.22	S/ 25.00	S/ 8,755.50
9.02.00	cama de arena para tendido de tuberia de desague	ML	350.22	S/ 30.00	S/ 10,506.60
9.03.00	Suministro ints. Tubo 4" tendido	ML	300.41	S/ 35.00	S/ 10,514.35
9.04.00	Suministro ints. Tubo 2" tendido	ML	57.72	S/ 35.00	S/ 2,020.20
9.06.00	Suministro de inst. sumidero 2"	UND	13.00	S/ 17.00	S/ 221.00

9.07.00	Suministro de ints. Registro 4"	UND	21.00	S/ 37.00	S/ 777.00
9.08.00	Suministro de ints. De bateria de baños	UND	6.00	S/ 28.00	S/ 168.00
<b>10.00.00</b>	<b>SISTEMA DE AGUA FRIA</b>				<u>S/ 25,291.90</u>
10.01.00	Excavación de zanjas para tuberia de agua	ML	329.30	S/ 25.00	S/ 8,232.50
10.02.00	Suministro ints. Tubo tendido	ML	372.05	S/ 28.00	S/ 10,417.40
10.03.00	Suministro ints. Salidas	PTO	82.00	S/ 41.00	S/ 3,362.00
10.04.00	Suministro ints. Valvula de control	UND	41.00	S/ 80.00	S/ 3,280.00
<b>12.00.00</b>	<b>INSTALACIONES ELECTRICAS</b>				<u>S/ 5,781.00</u>
12.01.00	Tomacorrientes	UND	52.00	S/ 35.00	S/ 1,820.00
12.02.00	Luces	UND	43.00	S/ 32.00	S/ 1,376.00
12.03.00	Tableros de distribucion	UND	7.00	S/ 280.00	S/ 1,960.00
12.04.00	salida para luces de emergencia	UND	0.00	S/ 180.00	S/ -
12.05.00	Interruptores	UND	25.00	S/ 25.00	S/ 625.00
12.06.00	Pozo a atierra	UND	0.00	S/ 2,000.00	S/ -
<b>13.00.00</b>	<b>VARIOS</b>				
13.01.00	Limpieza permanente	GLB	1.00	S/ 1,000.00	<u>S/ 1,000.00</u>
	<b>SEGUNDO PISO</b>				
<b>02.00.00</b>	<b>TRABAJOS DE CONCRETO SIMPLE</b>				
02.01.00	Contrapiso e=0.05	M2	402.47	S/ 35.00	<u>S/ 14,086.45</u>
<b>03.00.00</b>	<b>TRABAJOS DE CONCRETO ARMADO</b>				<u>S/ 5,645.81</u>
03.01.01	<u>Columnas</u>				
03.01.02	Concreto F'c=210 Kg/cm2	M3	12.60	S/ 166.64	S/ 2,099.66
03.01.03	Encofrado y desencofrado	M2	201.60	S/ 17.59	S/ 3,546.14
03.01.04	Acero Fy=4200 Kg/cm2	KG	0.00	S/ 1.81	S/ -
<b>04.00.00</b>	<b>MUROS Y TABIQUES</b>				
.04.01.00	Construccion de muro de ladrillo KK 18 huecos	M2	482.92	S/ 36.80	<u>S/ 17,771.46</u>

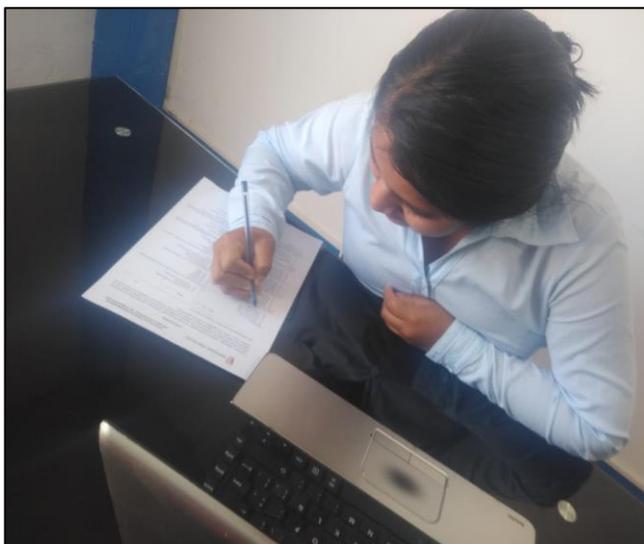
<b>05.00.00</b>	<b>SISTEMA DE DESAGÜE</b>				<u>S/</u> <u>1,483.80</u>
05.01.00	Suministro ints. Tubo 4" tendido	ML	23.40	S/ 42.00	S/ 982.80
05.02.00	Suministro ints. Tubo 2" tendido	ML	4.50	S/ 42.00	S/ 189.00
05.04.00	Suministro de inst. sumidero 2"	UND	3.00	S/ 38.00	S/ 114.00
05.05.00	Suministro de ints. Registro 4"	UND	3.00	S/ 38.00	S/ 114.00
05.06.00	Suministro de ints. De bateria de baños	UND	3.00	S/ 28.00	S/ 84.00
<b>06.00.00</b>	<b>SISTEMA DE AGUA FRIA</b>				<u>S/</u> <u>1,165.00</u>
06.01.00	Suministro ints. Tubo tendido	ML	24.25	S/ 28.00	S/ 679.00
06.02.00	Suministro ints. Salidas	PTO	6.00	S/ 41.00	S/ 246.00
06.03.00	Suministro ints. Valvula de control	UND	3.00	S/ 80.00	S/ 240.00
<b>08.00.00</b>	<b>INSTALACIONES ELECTRICAS</b>				<u>S/</u> <u>2,811.00</u>
08.01.00	Tomacorrientes	UND	32.00	S/ 35.00	S/ 1,120.00
08.02.00	Luces	UND	18.00	S/ 32.00	S/ 576.00
08.03.00	Tableros de distribución	UND	3.00	S/ 280.00	S/ 840.00
08.04.00	luces de emergencia	UND	0.00	S/ 180.00	S/ -
08.05.00	Interruptores	UND	11.00	S/ 25.00	S/ 275.00
<b>10.00.00</b>	<b>VARIOS</b>				<u>S/</u> <u>1,000.00</u>
10.01.00	Limpieza permanente	GLB	1.00	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00
<b>SUB TOTAL 2</b>					<u>S/</u> <u>3,566,140.42</u>
IGV (18%)					S/ 641,905.28
<b>SUMA TOTAL</b>					<u>S/</u> <u>4,208,045.70</u>

*Fuente; Elaborado por los autores.*

**ANEXO 7. Evidencias de la aplicación de los instrumentos**

**Ilustración 4.**

*Cuestionario aplicado a la población de*



**Fuente;** *Cuestionario aplicado a la población de Sechura.*

**Ilustración 5.**

*Cuestionario aplicado a la población de Sechura*



**Fuente;** *Cuestionario aplicado a la población de Sechura.*

### **Ilustración 5.**

*Cuestionario aplicado a la población de Sechura*



**Fuente;** *Cuestionario aplicado a la población de Sechura.*

### **Ilustración 7**

*Cuestionario aplicado a la población de Sechura*



**Fuente;** *Cuestionario aplicado a la población de Sechura*