

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**



**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE**

**UN FUNDO AGROTURISTICO EN LA REGIÓN LA LIBERTAD**

**Tesis para obtener el título profesional de Ingeniera Industrial**

**AUTORA**

Anghela Daniela Alcantara Mostacero

**ASESOR:**

Fiorella Patricia Cardenas Toro

Lima, Agosto, 2022

*A la memoria de mi mamita  
Estela León León, quien me amó,  
siempre estuvo para mí y confió en  
que podría llegar a ser profesional.*



## AGRADECIMIENTOS

A mi familia, en especial a mis padres: Paulita Mostacero y Ángel Alcántara, por su infinito apoyo, amor, dedicación y consejos, por permitirme alcanzar mis metas y hacerme saber que, sin importar las limitaciones, hay que mirar siempre adelante.

A mi tío Segundo Mostacero, sin él no habría sido posible llegar hasta aquí, gracias por enseñarme con el ejemplo, que no importa donde empecemos, nosotros debemos buscarnos nuestras propias oportunidades. Gracias por enseñarme a ser una mejor persona y profesional.

A Rosita Lingan, por su cariño, soporte y valiosos consejos a lo largo de estos años. Espero seguir aprendiendo de usted.

A mi novio Guillermo Enrique, por inspirarme a ser una mejor persona cada día, por su amor, entrega y motivación constante para lograr mis objetivos.

A la Ing. Fiorella Cárdenas, mi asesora de tesis, por su comprensión y apoyo constante para sacar adelante esta investigación



## RESUMEN DE TESIS

En la presente tesis se demuestra que es viable técnica, económica y financieramente la implementación de un Fondo Agroturístico en el distrito San José, región La Libertad. Este proyecto está orientado al turismo de naturaleza y buscar brindar servicios agroturísticos, alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros. Los servicios agroturísticos pretenden involucrar al turista en las actividades productivas del fundo, como la siembra, cosecha o recolección de frutas, alimentación y cuidado de animales de granja y vacunos, entre otros.

En el primer capítulo se estudió el macroentorno y microentorno en el cual se desarrolla el proyecto. A partir del primero se determinó que, pese a la caída que tuvo el sector turismo debido a la pandemia, el turismo de naturaleza tiene una tendencia creciente debido a las nuevas necesidades y exigencia del turista actual. Por otro lado, en el análisis de microentorno, mediante las 5 fuerzas de Porter, se determinó adoptar una estrategia de diferenciación, esto implica variedad de servicios con excelencia en la calidad y la atención al cliente. Además de un precio acorde al gasto de viaje del cliente objetivo.

Seguidamente, se realizó un estudio de mercado, donde el cliente objetivo son personas que prefieren el turismo de naturaleza como opción para vacacionar, tienen un rango de edad entre 27 y 54 años y una capacidad de gasto promedio por viaje mayor a S/ 400. Asimismo, se determinó que la demanda inicial del proyecto será 2011 pernoctaciones en el primer año, esto representa el 5% de la demanda insatisfecha, con un crecimiento anual de 1%. Es decir, al término del proyecto se tendrá una participación de 14% en el mercado.

Luego de ello, se realizó el estudio técnico, determinando que la ubicación óptima para el Fondo Agroturístico es el distrito de San José. Además, se calcula el dimensionamiento del terreno necesario para la implementación, siendo necesarias 26.4 ha. También se definió que serán necesarias 20 cabañas (6 matrimoniales, 2 dobles, 10 triples y 2 grupales) para cubrir la demanda en el horizonte proyectado. En este capítulo se especifican las dimensiones y características de la infraestructura. Entre los servicios externos, se contratará servicio de energía eléctrica, telefonía, internet, cable y evacuación de residuos.

Del mismo modo, se realizó el estudio legal y organizacional en el cual se estableció que la empresa estará constituida como Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L) con la participación de 4 socios. Además, se planteó una estructura organizacional con organigrama vertical, liderada por un Gerente General, quien estará a cargo de un jefe administrativo y otro de operaciones. Adicionalmente, se identificaron los permisos y licencias necesarias para inicio de funcionamiento.

Finalmente, en el estudio económico y financiero se determinó que la inversión para la implementación del establecimiento asciende a S/2,513,859.61. Se concluye que el proyecto es viable, dado que los indicadores fueron positivos: VANE (S/ 754,967.51) y VANF (S/ 642,308.89) mayores que 0, TIRE (12%) y TIRF (15%) mayores que el COK (10.00%), y WACC (8.76%), además un ratio de beneficio costo (B/C) de 1.04 (mayor a 1).

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN DE TESIS.....	i
ÍNDICE GENERAL.....	ii
ÍNDICE DE TABLAS .....	vi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xi
INTRODUCCIÓN .....	1
Capítulo 1: Estudio Estratégico.....	5
1.1 Análisis del Macroentorno .....	5
1.1.1 Factor Político .....	5
1.1.2 Factor Económico .....	6
1.1.3 Factor Socio Cultural .....	8
1.1.4 Factor tecnológico .....	9
1.1.5 Factor legal.....	10
1.2 Análisis del Microentorno.....	11
1.2.1 Rivalidad entre competidores.....	11
1.2.2 Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	11
1.2.3 Poder de negociación del cliente.....	12
1.2.4 Poder de negociación de los proveedores .....	13
1.2.5 Amenaza de ingreso de servicios sustitutos .....	13
1.3. Planeamiento Estratégico .....	14
1.3.1 Misión.....	14
1.3.2. Visión .....	14
1.3.3 Análisis FODA.....	14
1.3.4 Estrategia Genérica .....	19
1.3.5 Objetivos .....	20
Capítulo 2: Estudio De Mercado .....	21
2.1 El mercado.....	21
2.2 Perfil del cliente objetivo .....	23
2.2.1 Motivador de viaje .....	23
2.2.2 Ingreso de turistas según lugar emisor .....	24

2.2.3 Gasto por persona durante el viaje .....	25
2.2.4 Edad del turista que visita La Libertad.....	25
2.2.5 Lugar de búsqueda de información antes de realizar el viaje .....	26
2.2.6 Tipo de alojamiento utilizado.....	27
2.2.7 Actividades realizadas en la región.....	27
2.2.8 Perfil del turista objetivo .....	28
2.3 El servicio.....	29
2.3.1 Aspectos principales del proyecto.....	29
2.3.2 Principales características del servicio.....	29
2.4 Análisis de la demanda.....	36
2.4.1 Demanda histórica.....	36
2.4.2 Demanda proyectada.....	39
2.5 Análisis de la oferta.....	48
2.5.1 Oferta histórica.....	49
2.5.2 Oferta proyectada .....	50
2.6 Demanda insatisfecha.....	52
2.7 Demanda del proyecto.....	53
2.8 Comercialización.....	55
Capítulo 3: Estudio Técnico.....	59
3.1 Localización .....	59
3.2 Tamaño.....	62
3.3 Características físicas .....	68
3.3.1 Infraestructura .....	68
3.3.2 Equipamiento .....	71
3.3.3 Distribución.....	77
3.5.1 Servicios básicos .....	80
3.5.2 Servicios Adicionales.....	81
Capítulo 4: Estudio Legal Y Organizacional .....	83
4.1 Tipo de sociedad.....	83
4.2 Afectación tributaria.....	84
4.2.1 Impuesto a la Renta (IR) .....	85
4.2.2 Impuesto general a las Ventas (IGV).....	85
4.2.3 Otros impuestos.....	85

4.3 Normas competentes .....	85
4.3.1 Actividad turística .....	86
4.3.2 Régimen especial de hospedaje.....	86
4.3.3 Clasificación de establecimientos .....	86
4.3.4 Otras normas y leyes .....	87
4.4 Estructura organizacional.....	87
4.5 Funciones del personal.....	89
4.6 Perfil del personal.....	90
4.7 Remuneración económica del personal.....	92
Capítulo 5: Estudio Económico Y Financiero.....	94
5.1 Inversión del proyecto.....	94
5.1.1 Inversión en activos fijos tangibles .....	94
5.1.2 Inversión en activos fijos intangibles .....	97
5.1.3 Inversión en capital de trabajo .....	99
5.1.4 Inversión total.....	99
5.2 Financiamiento del proyecto .....	99
5.2.1 Costo de oportunidad de capital .....	100
5.2.2 Costo ponderado de capital .....	102
5.3 Presupuesto de ingresos y egresos .....	103
5.3.1 Presupuesto de ingresos .....	103
5.3.2 Presupuesto de costos.....	104
5.3.3 Presupuesto de gastos.....	110
5.4 Punto de equilibrio .....	115
5.5 Estados financieros.....	116
5.6 Evaluación económica y financiera.....	121
5.6.1 Valor Actual Neto (VAN).....	121
5.6.2 Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	121
5.6.3 Ratio de Beneficio Costo (B/C) .....	122
5.6.4 Periodo de recuperación (PR) .....	123
5.7 Análisis de sensibilidad.....	124
5.7.1 Ingresos .....	124
5.7.1 Egresos .....	126
Capítulo 6: Conclusiones .....	128

BIBLIOGRAFÍA.....131  
ANEXOS.....146





## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Puntaje para las matrices EFI y EFE.....	15
Tabla 2. Matriz EFI.....	15
Tabla 3. Matriz EFE.....	16
Tabla 4. Matriz Externa-Interna.....	17
Tabla 5. Matriz FODA.....	18
Tabla 6. Gasto promedio por turista nacional.....	25
Tabla 7. Variedades de cultivos.....	31
Tabla 8. Ajustes, en porcentaje, para la demanda histórica.....	38
Tabla 9. Arribo mensual ajustado de turistas nacionales.....	38
Tabla 10. Análisis de tendencia de la demanda histórica.....	41
Tabla 11. Proyección de la demanda histórica.....	43
Tabla 12. Análisis de tendencia de pernoctaciones promedio.....	45
Tabla 13. Proyección de pernoctaciones promedio.....	47
Tabla 14. Proyección de pernoctaciones promedio.....	48
Tabla 15. Proyección de pernoctaciones promedio.....	50
Tabla 16. Análisis de la tendencia de la oferta histórica.....	50
Tabla 17. Oferta proyectada a turistas.....	51
Tabla 18. Proyección de la demanda insatisfecha de turistas nacionales.....	52
Tabla 19. Demanda del proyecto.....	54
Tabla 20. Precios por noche en los lugares de pernoctación del Fundo Agroturístico.....	57
Tabla 21. Precio de los servicios agroturísticos por día.....	57
Tabla 22. Criterios de macrolocalización.....	60
Tabla 23. Análisis de criterios de macrolocalización.....	60
Tabla 24. Criterios de microlocalización.....	61
Tabla 25. Análisis de criterios de microlocalización.....	62
Tabla 26. Área sector agroturístico.....	62
Tabla 27. Pernoctaciones máximas anuales.....	63
Tabla 28. Proporción por tipo de cabaña.....	64
Tabla 29. Área mínima por ambiente.....	64
Tabla 30. Área sector alojamiento (sobredimensionamiento por protocolos de bioseguridad).....	65
Tabla 31. Área sector alojamiento (sobredimensionamiento por paredes).....	65

Tabla 32. Área sector de esparcimiento .....	66
Tabla 33. Área sector de administración y servicios.....	67
Tabla 34. Dimensión total del proyecto. ....	67
Tabla 35. Infraestructura de cabañas.....	68
Tabla 36. Infraestructura de cabañas.....	69
Tabla 37. Agroquímicos, fertilizantes y alimentos balanceados para el sector agroturístico ..	72
Tabla 38. Maquinaria y equipos del centro agroturístico.....	74
Tabla 39. Equipos de oficina del centro agroturístico.....	75
Tabla 40. Mobiliario del centro agroturístico.....	75
Tabla 41. Descripción de servicios básicos del Fondo Agroturístico .....	80
Tabla 42. Tarifas mensuales de los servicios mensuales .....	81
Tabla 43. Pasos para constituir una empresa.....	83
Tabla 44. Requisitos para el trámite del Registro Único de Contribuyentes (RUC) .....	84
Tabla 45. Normas y Leyes para la actividad turística .....	86
Tabla 46. Normas y Leyes para el régimen especial de hospedaje .....	86
Tabla 47. Normas y Leyes para la clasificación de establecimientos .....	86
Tabla 48. Otras normas y leyes .....	87
Tabla 49. Funciones y roles del personal .....	89
Tabla 50. Perfil del personal .....	90
Tabla 51. Remuneración económica y beneficios del personal .....	93
Tabla 52. Inversión en terreno.....	94
Tabla 53. Inversión en edificios .....	95
Tabla 54. Inversión en maquinaria y equipos .....	95
Tabla 55. Inversión en equipos de oficina.....	95
Tabla 56. Inversión en muebles y encerres.....	96
Tabla 57. Inversión en Activos Fijos Tangibles.....	96
Tabla 58. Inversión en Activos Fijos Intangibles.....	97
Tabla 59. Inversión en instalación de servicios y software.....	98
Tabla 60. Inversión en lanzamiento y posicionamiento de la marca .....	98
Tabla 61. Inversión en activos fijos intangibles.....	98
Tabla 62. Inversión total.....	99
Tabla 63. Alternativas de financiamiento del proyecto.....	100
Tabla 64. Estructura de financiamiento.....	100

Tabla 65. Cronograma de pagos anuales.....	102
Tabla 66. Presupuesto de ingresos por servicio .....	103
Tabla 67. Presupuesto de materia prima .....	104
Tabla 68. Presupuesto de Mano de Obra Directa.....	105
Tabla 69. Presupuesto de insumos indirectos.....	105
Tabla 70. Presupuesto de mano de obra indirecta .....	106
Tabla 71. Presupuesto de depreciación de activos de producción .....	107
Tabla 72. Presupuesto de gastos generales de producción.....	108
Tabla 73. Presupuesto de costos indirectos de producción .....	108
Tabla 74. Presupuesto de costos de ventas.....	109
Tabla 75. Presupuesto de sueldos administrativos .....	110
Tabla 76. Presupuesto de depreciación de activos administrativos .....	111
Tabla 77. Presupuesto de servicios .....	112
Tabla 78. Presupuesto de gastos administrativos .....	113
Tabla 79. Presupuesto de gastos de ventas.....	114
Tabla 80. Presupuesto de gastos financieros .....	114
Tabla 81. Costos variables del primer año -Punto de equilibrio .....	115
Tabla 82. Costos fijos del primer año -Punto de equilibrio .....	115
Tabla 83. Estado de Ganancias y Pérdidas.....	118
Tabla 84. Módulo de IGV .....	119
Tabla 85. Flujo de Caja Económico y Financiero .....	120
Tabla 86. Valor Actual Neto .....	121
Tabla 87. Tasa Interna de Retorno .....	121
Tabla 88. Ratio Beneficio Costo .....	122
Tabla 89. Periodo de recuperación.....	123
Tabla 90. Variación de indicadores por la variación del precio.....	125
Tabla 91. Variación de indicadores por la variación de la demanda.....	126
Tabla 92. Variación de indicadores por la variación del costo de materia prima .....	127

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Evolución del PBI en los últimos 10 años .....	7
Figura 2. Evolución de la inflación en el Perú .....	7
Figura 3. Evolución de arribos a La Libertad.....	22
Figura 4. Arribos a La Libertad durante el 2020.....	22
Figura 5. Motivadores de viaje del turista nacional .....	23
Figura 6. Lugares visitados por los turistas.....	24
Figura 7. Región de origen de los turistas nacionales que visitan La Libertad.....	24
Figura 8. Edad de los turistas nacionales que visitan La Libertad .....	26
Figura 9. Lugares de búsqueda de información de los turistas nacionales .....	26
Figura 10. Tipo de alojamiento utilizado por los turistas nacionales.....	27
Figura 11. Actividades realizadas por los turistas nacionales .....	28
Figura 12. Esquema del cálculo de la demanda histórica .....	37
Figura 13. Demanda histórica (2015-2021) .....	39
Figura 14. Índices de estacionalidad de la demanda histórica. ....	40
Figura 15. Tendencia-Demanda histórica sin estacionalidad.....	42
Figura 16. Proyección de la demanda histórica.....	43
Figura 17. Número de pernoctaciones promedio .....	44
Figura 18. Índices de estacionalidad de las pernoctaciones promedio.....	45
Figura 19. Pernoctaciones promedio sin estacionalidad .....	46
Figura 20. Pernoctaciones promedio sin estacionalidad .....	48
Figura 21 Esquema del cálculo de la demanda histórica .....	49
Figura 22. Análisis de la tendencia de la oferta histórica.....	51
Figura 23. Proyección de la oferta .....	52
Figura 24. Proyección de la demanda insatisfecha .....	53
Figura 25. Demanda del proyecto .....	54
Figura 26. Layout de cabaña matrimonial.....	69
Figura 27. Layout de cabaña doble .....	70
Figura 28. Layout de cabaña triple.....	70
Figura 29. Layout de cabaña grupal .....	71
Figura 30. Flujograma de validación de reserva y/o registro de entrada .....	78
Figura 31. Flujograma de registro de salida.....	78

Figura 32. Flujograma de recolección de papaya/palta y taller de mermeladas .....79

Figura 33. Flujograma de recolección de fruta en huerta y taller de mermeladas .....79

Figura 34. Interfaz principal del software Sico Hoteles.....82

Figura 35. Organigrama del Fondo Agroturístico .....88



## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A Cálculo del número de arribos nacionales a La Libertad.....	146
ANEXO B Cálculo de los índices de estacionalidad de la demanda histórica.....	148
ANEXO C Análisis de tendencia de la demanda histórica sin estacionalidad.....	150
ANEXO D Análisis estacional –pernoctaciones promedio.....	153
ANEXO E Análisis de tendencia –pernoctaciones promedio.....	155
ANEXO F Establecimientos que ofrecen servicios similares a un Fundo Agroturístico.....	159
ANEXO G Proyección de la oferta histórica.....	160
ANEXO H Método de comparaciones pareadas para macrolocalización.....	162
ANEXO I Método de comparaciones pareadas para microlocalización.....	165
ANEXO J Localización del terreno y distribución de las instalaciones.....	167
ANEXO K Requerimientos mínimos para cabañas y bungalows.....	170
ANEXO L Cotización de Agroquímicos, fertilizantes y alimentos balanceados.....	171
ANEXO M Características físicas del sector de administración y servicios.....	172
ANEXO N Detalle de maquinaria y equipos por sector.....	173
ANEXO O Detalle del mobiliario y enseres por sector.....	175
ANEXO P Interfaz de software.....	177
ANEXO Q Cuadro de Valores Unitarios Oficiales de Edificación para la Costa (El Peruano, 2021)	179
ANEXO R Costo de edificaciones por sector.....	182
ANEXO S Detalle de inversión en maquinaria y equipo.....	187
ANEXO T Detalle de inversión en muebles y enseres.....	188
ANEXO U Método del déficit acumulado para estimar el capital de trabajo.....	189
ANEXO V Cronograma de pagos mensuales del financiamiento por medio de entidad financiera...	190
ANEXO W Presupuesto de ingresos.....	193
ANEXO X Presupuesto de egresos.....	199
ANEXO Y Presupuesto anual del personal.....	201
ANEXO Z Gastos generales de producción.....	204

## INTRODUCCIÓN

El turismo representa una opción atractiva en el que las personas pueden invertir su tiempo libre, a fin de combatir el estrés, disfrutar de la familia, aprender sobre nuevos lugares y socializar ampliamente. Existen diferentes tipos de turismo que se adecuan a las preferencias de los individuos. Uno de estos es el turismo rural que se define como “toda actividad turística, recreativa y complementaria que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible y con la participación de las comunidades campesinas o nativas” (Mincetur, 2006). Actualmente, este tipo de turismo se ha convertido en una alternativa muy valorada debido a que está en consonancia con las nuevas demandas del turista moderno que busca experiencias distintas con una mayor proximidad a las sociedades rurales (Cachay, 2021). Esto ha implicado un importante movimiento económico en los pueblos y comunidades en las que se realiza esta actividad.

Existen varios tipos de turismo rural entre los cuales destaca el agroturismo. En este se vinculan las actividades agropecuarias con el turismo para atraer visitantes a una granja, fundo, hacienda o similares. A ello se suman servicios vivenciales en las actividades agrícolas, visitas a granjas, alojamiento, alimentación, recreación y entretenimiento (The National Agricultural Law Center, s/f). En Europa ha mostrado un gran crecimiento, debido a que las comunidades rurales suelen disponer de grandes recursos para ofrecer a los turistas experiencias auténticas (CBI Ministry of Foreign Affairs, 2018). Dicho modelo ha sido replicado en países de América Latina como Colombia, Guatemala, Ecuador y Chile.

En adición a lo anterior, la COVID-19 ha motivado e impulsado los viajes a lugares que tienen como principal oferta las experiencias dentro la naturaleza siendo el agroturismo uno de

los más beneficiados y con potencial para desarrollarse. (Observatorio de Turismo Rural y el Observatorio de Ecoturismo en España (2021). Además, la post pandemia ha provocado nuevas exigencias al turismo. Los turistas requieren la implementación de protocolos de bioseguridad, el acceso a destinos con amplia ventilación, sin aglomeración y cercanos a la naturaleza (Portal Turismo Canatur, 2021). En estos se buscan servicios privados y exclusivos con actividades al aire libre y en las que se minimice el contacto con otros huéspedes. En este marco, el agroturismo representa una opción idónea ya que logra satisfacer las preferencias de los turistas.

En el Perú, existen diversos parajes que pueden servir como lugares adecuados para el agroturismo, debido a la gran biodiversidad que predomina. Sin embargo, a nivel nacional son contadas las propuestas de este tipo. Un caso de éxito de este modelo en el Perú es el “Fundo Llutis”, ubicado en Arequipa; en este establecimiento, los turistas participan en las actividades productivas del cultivo de árboles frutales, son parte de la vendimia, reciben taller sobre la elaboración de vino, entre otras actividades. Adicionalmente, se brinda el servicio de alojamiento y camping (Fundo Llutis, 2022). Debido a las pocas alternativas ofertadas, urge la oportunidad de diversificar la oferta agroturística en el país.

Frente a esto, la Región Libertad constituye una opción atractiva para el desarrollo de una nueva propuesta agroturística. Esto se debe a que ningún fundo o chacra familiar o comunitaria ha promovido sus instalaciones y actividades productivas como atractivos turísticos. Asimismo, el clima cálido de la Región la hace ideal para el ser visitada en cualquier temporada; asimismo, esta condición climática permite el cultivo de frutales y otros productos en cualquier época del año, llegando a ser incluso la región líder en la producción de palta (42%), espárrago (42%) y arándano (75%) (Agencia Agraria de Noticias, 2019).



En base a lo descrito, el presente estudio propone implementar un Fundo Agroturístico en la Región La Libertad, como alternativa para satisfacer las necesidades del turista local cuyas exigencias son mayores bajo el contexto actual. La empresa cumplirá con los estándares de calidad agroturística, garantizará las condiciones de bioseguridad y la excelencia en el servicio, a fin de garantizar al turista una experiencia de calidad.

El primer capítulo abarca el estudio estratégico del mercado y la situación actual del sector agroturismo, se evaluará el nivel de competencia a través del modelo de las cinco fuerzas competitivas de Porter. Además, se analizará las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas mediante la matriz FODA. En adición, se desarrollará el plan estratégico del proyecto, definiendo la visión, misión, metas y estrategias.

El segundo capítulo contiene el estudio de mercado; esto comprende la definición del perfil del consumidor y la segmentación de mercado. Asimismo, se determinará la demanda histórica y proyectada. Además, se determinará la oferta existente, la demanda potencial y los servicios sustitutos. Adicionalmente, se elaborará el plan de comercialización y el marketing mix.

En el tercer capítulo se engloba el estudio técnico. Esto incluye la determinación de la localización del establecimiento mediante la evaluación del espacio requerido. Además, se planteará los procesos y requerimientos que garanticen la calidad de los servicios a ofrecer.

El cuarto capítulo abarca la definición de las normas legales y requerimientos necesarios para la correcta implementación y funcionamiento del proyecto. También se diseñará la estructura organizacional, esto incluye definición de roles y funciones de cada puesto de trabajo.

En el quinto capítulo se despliega el estudio económico y financiero. Aquí se determinará inversión y forma de financiamiento del proyecto. Asimismo, se elaborará el estado de ganancias y pérdidas, así como el flujo de caja económico y financiero. Adicionalmente, se estimará los presupuestos de ingresos y egresos del proyecto y determinación del punto de equilibrio. Finalmente se determinará la viabilidad de la propuesta mediante indicadores económicos y financieros.

## **Capítulo 1: Estudio Estratégico**

En este capítulo se describe el macroentorno y microentorno de la empresa, ya que pueden tener algún impacto en ella, además de afectar en la toma de decisiones. Asimismo, se precisará la misión, visión y el detalle de la matriz FODA. En base a ello, se plantean estrategias alineadas a la razón de ser de la empresa.

### **1.1 Análisis del Macroentorno**

En este apartado se analizará los factores que podrían tener un impacto directo en el sector turismo, específicamente en la propuesta de agroturismo para el mercado objetivo planteado.

#### **1.1.1 Factor Político**

En marzo del 2020, se anunció el cierre temporal de fronteras y la restricción de transporte en territorio nacional como medida para evitar la propagación de la COVID-19 (El Peruano, 2020). Ante el estado de emergencia, la necesidad de velar por la integridad de los ciudadanos conllevó a que, entre los sectores, el turismo fuera el más afectado, ya que se interrumpió el 100% sus operaciones. Sin embargo, con las etapas de reactivación económica propuestas por el Ejecutivo, los sitios turísticos y demás servicios asociados iniciaron operaciones y fueron incrementando el aforo paulatinamente. Mediante el Decreto Supremo N° 015-2022-PCM) vigente hasta el 27 de febrero del 2022, el aforo para restaurantes y afines con área menor a 200 m<sup>2</sup> es del 60%, caso contrario pueden operar al 80% de su capacidad. Los espacios abiertos no tienen restricción de aforo. Los turistas pueden acceder a estos servicios siempre que cuenten con sus cartillas de vacunación completa.

Algunas de las medidas adoptadas por el Estado para mitigar los daños dejados por la pandemia, a nivel empresa, fueron el aplazamiento de CTS, subsidio a planilla, prórroga de declaraciones y pago mensual de impuestos, y demás (MEF, 2021).

El sector turismo fue uno de los más golpeados, por lo que el Gobierno actual ha buscado medidas para reactivarlo. En ese sentido, El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) aprobó el 01 de abril del 2021, mediante la Resolución Viceministerial N° 0004-2021-Mincetur/VMT la “Estrategia nacional para la reactivación del sector turístico en todo el ámbito nacional para el período 2021-2023”. Esta establece medidas que apuntan a reactivar, preservar y desarrollar el sector (MINCETUR, 2021).

### **1.1.2 Factor Económico**

Durante 21 años, entre 1999 y 2019, la economía del Perú tuvo un crecimiento ininterrumpido; sin embargo, como se observa en la Figura 1, en el 2020 hubo una caída de 11.1% en el PBI, debido al impacto de la Covid-19, esto se traduce en S/ 485,961 millones de soles (Sociedad de Comercio Exterior del Perú, 2021). Sin embargo, el PBI del 2021 habría sido de 12.8% superando el nivel obtenido pre pandemia. (MEF, 2021).

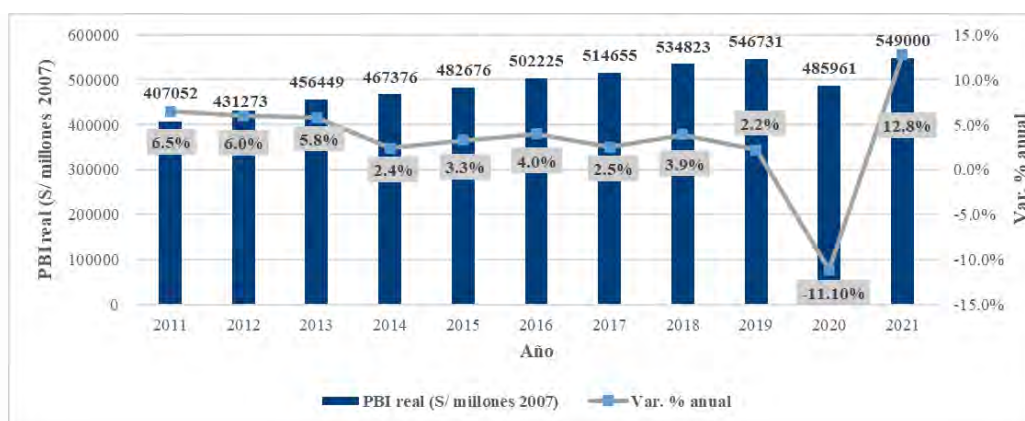


Figura 1. Evolución del PBI en los últimos 10 años

Adaptado de Sociedad de Comercio Exterior del Perú (2021): Reporte trimestral Año 5 - N°17

En cuanto al sector turismo, durante el 2019 representó el 3.6% del PBI nacional (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2020), dando trabajo a 1,3 millones de personas. Además, en el 2021 llegó a 2% del PBI nacional.

Respecto a la inflación nacional, en la Figura 2 se observa que, al cierre del 2020, hubo un incremento de 2.14%; sin embargo, cerró el 2021 con 6.43%, muy por encima del valor máximo meta (BCRP, 2022).



Figura 2. Evolución de la inflación en el Perú

Adaptado del Banco Central De Reserva Del Perú (2021): Encuesta de expectativas macroeconómicas

Por otro lado, como parte de la reactivación de la economía, el Gobierno mediante la Resolución Ministerial 134-2020-EF/50 inició el programa Reactiva Perú, el cual buscaba que

las pequeñas, medianas o grandes empresas cumplan con sus responsabilidades económicas (GOB.PE, 2021). Del mismo modo, se lanzó el fondo estatal FAE-Mype creado con el fin de garantizar la continuidad de las actividades de las Mypes de los diferentes sectores productivos (GOB.PE, 2021).

Sin embargo, no todas las empresas del sector turismo pudieron acceder a los dos programas mencionados previamente, para ellas, el Ministerio de Comercio Exterior Y Turismo aprobó la transferencia de S/500 millones para la creación del Fondo de Apoyo Empresarial a las Mype del Sector Turismo (FAE-Turismo) (Instituto Peruano de Economía, 2020).

### **1.1.3 Factor Socio Cultural**

El Perú se encuentra entre los 17 países más megadiversos del mundo y por ello es uno de los destinos favoritos para los turistas (MARCA PERÚ, 2020).

Según la Sustentación del Presupuesto 2021 del Sector Comercio Exterior y Turismo, el turismo interno representó el 94% del total de viajes en el Perú (MINCETUR, 2020). Además, de acuerdo al “Perfil del vacacionista postcuarentena, entre julio del 2020 y junio del 2021, el 13% de encuestados viajó por vacaciones (cada vacacionista realizó 2 viajes al año, en promedio) durante el contexto de la pandemia. Estos se caracterizan principalmente por ser Millennial (generación Y) o generación X, representando el 76% del total de vacacionistas. Se determinó que 1 de cada 2 viajeros provino de la región Lima y en su mayoría fueron mujeres, con un 53% de participación. El 59% corresponde al nivel socioeconómico C y el 41% se distribuye entre el NSE A y B. El 39% de vacacionistas prefirieron viajar en pareja, el 36% con su grupo familiar, y el 12% en grupo de amigos o familiares sin niños. Asimismo, el 62% se

informó respecto a la situación de las regiones a las que se dirigían, además el 62% buscó la información turística en redes sociales (Facebook, Instagram, etc.). El 63% eligió como parte de su viaje el turismo de naturaleza. Respecto a la intención de viaje se halló que, para los niveles socioeconómicos A, B y C, el interés por vacacionar al interior del país, a corto plazo, sería de 34%. Esta situación se ve motivada por las mejoras en las condiciones sanitarias. Además, el 90% de turistas elegiría un destino nacional para vacacionar. La tendencia del viajero es la preferencia por lo local, búsqueda de experiencias únicas, interés por destinos de naturaleza (espacios abiertos), viajes de bienestar (alejarse del ruido) (Promperú, 2021).

Según el último reporte de la Dirección General de Investigación y Estudio sobre Turismo y Artesanía, el arribo de turistas nacionales a establecimientos de hospedaje en la región La Libertad durante el 2019 fue de 1 871 377 personas, este corresponde al 3,4% del total de regiones. Mientras que para el 2020, debido a las restricciones de la pandemia, esta cifra disminuyó a un 2,5% de los arribos a hospedajes nacionales. Sin embargo, a partir del tercer trimestre del 2020 se mostró una recuperación, de modo que en el 2021 se alcanzaron 1 181 147 arribos a la región, esto corresponde al 3,1% del total de viajes nacionales.

#### **1.1.4 Factor tecnológico**

En los últimos años, uno de los criterios más valorados al momento de escoger un destino es que no implique perjudicar el medio ambiente (BBVA, 2020). Bajo esta tendencia, el uso de las energías renovables cobra gran importancia, ya que permite reducir las emisiones de dióxido de carbono por el consumo eléctrico de los centros de alojamiento, además de ser la mejor forma de ahorrar energía y reducir los costos hasta en un 50% los costos de energía eléctrica (HOTELTUR, 2021). Otra opción para lograr el mismo objetivo es la implementación

de la iluminación LED, la cual permite disminuir hasta en un 80% el consumo de energía comparado con los focos incandescentes (RPP Noticias, 2018).

Por otro lado, el uso de plataformas digitales es clave para este sector, ya que el principal público objetivo del agroturismo muestra gran actividad en ellas. Incluso el 47% de los turistas internos consulta información sobre los destinos a visitar, realiza sus reservas e incluso compran servicios a través de páginas web y el 46% mediante redes sociales; por lo que es necesario que las empresas de este sector tengan presencia en esos canales (Promperú, 2020).

En cuanto a la tecnología aplicada en el campo agrícola, están los sistemas de riego tecnificado ya sea por aspersión o por goteo, los cuales mejoran la eficiencia de riego y aplicación de fertilizantes. Particularmente para la aplicación de fertilizantes, esta puede ser de forma focalizada y continúa, permitiendo la óptima evolución de los cultivos (MINAGRI, 2015).

### **1.1.5 Factor legal**

En el Perú, el sector turismo se encuentra regulado principalmente por la Ley General de Turismo N°29408 (CONGRESO DE LA REPÚBLICA, 2009) la cual contiene el marco legal para el desarrollo de la actividad turística, objetivos de la política estatal y principios básicos.

Adicionalmente, se ha considerado el Reglamento para Establecimientos de Hospedajes, el cual regula la infraestructura y condiciones básicas para que puedan operar (MINCETUR, 2019). Con la finalidad de regular que estos centros garanticen servicios de calidad.

Asimismo, el Estado dispuso medidas que apuntan a reactivar, preservar y desarrollar el sector mediante la “Estrategia nacional para la reactivación del sector turístico en todo el



ámbito nacional para el período 2021-2023” a través de la Resolución Viceministerial N° 0004-2021-Mincetur/VMT. (MINCETUR, 2021).

## **1.2 Análisis del Microentorno**

El análisis del microentorno permite identificar la influencia de las fuerzas externas sobre el sector agroturismo a fin de ejecutar acciones que le permitan ser más competitiva en el sector (Porter, 1997).

### **1.2.1 Rivalidad entre competidores**

Se entiende al agroturismo como una modalidad o tipo de turismo rural que se desarrolla en fundos, fincas o haciendas; este se centra principalmente en ofrecer servicios que involucren al turista en las actividades agrícolas y pecuarias, además puede ofrecer talleres formativos en las actividades antes mencionadas, servicios de alojamiento, alimentación con productos cultivados en las instalaciones, actividades de recreación, entre otros vinculados al establecimiento (IRINA, 2017).

En cuanto a la región La Libertad no se cuenta con registros respecto a la actividad agroturística propiamente dicha, por lo que la competencia no es directa. De este modo, se concluye que la rivalidad entre los competidores es baja.

### **1.2.2 Amenaza de entrada de nuevos competidores**

Desde el 2016 hasta 2021 había una inversión privada en curso de aproximadamente 2,500 millones de dólares en el sector turismo, a fin de tener mayor capacidad para abastecer al turismo receptivo (ANDINA, 2018). Sin embargo, dada la pandemia y la recesión económica

como producto de esta, la inversión está enfocada en reactivar este sector mediante los negocios ya existentes, pero que dejaron de operar o trabajan por debajo de su capacidad habitual, más no en la creación de nuevos centros de esparcimiento. La región La Libertad tiene una oferta de alojamientos que representa el 4,7% de la oferta nacional. Esta se concentra principalmente en Trujillo, con un 57.3% (GOB, 2020). Es importante resaltar que son pocas las empresas que tienen presencia en buscadores digitales especializados en viajes, lo cual les imposibilita mostrarse al público potencial.

La principal barrera de ingreso es el elevado costo de inversión requerido para la implementación de un centro agroturístico con una gran propuesta de valor como la de este proyecto. A partir de los mencionado en este apartado, se concluye que la amenaza de nuevos competidores en La Libertad es baja.

### **1.2.3 Poder de negociación del cliente**

El comportamiento de los clientes de este sector, quienes son personas individuales, bajo el contexto actual, muestra una preferencia del 49% hacia el turismo de naturaleza y vivencial (Promperú, 2020). Sin embargo, al ser un concepto de negocio poca o nulamente conocido en el país y más aún en la región, el potencial turista podría resistirse a comprar el o los servicios pese a resultar atractiva. Para lograr que acceda, sería necesario negociar posibles paquetes de servicio, beneficios, promociones o algún tipo de incentivo. Ello hasta que la empresa logre hacerse conocida y posicionarse en el mercado. Con ello se concluye que los clientes tienen un poder de negociación media en la fijación de precios.

#### **1.2.4 Poder de negociación de los proveedores**

Las principales actividades del agroturismo es el mantenimiento de las áreas cultivables a fin de que resulten vistosas para los clientes, y la elaboración de productos con materia prima del fundo. Para este caso, los proveedores tienen un bajo poder de negociación ya que existen diversos distribuidores de productos agroquímicos en la zona. Respecto al servicio de alojamiento, los proveedores de útiles de aseo personal e implementos para las habitaciones tienen un bajo poder de negociación, ya que son productos de consumo masivo ofertados por un gran número de empresas. Lo mismo para con los insumos vinculados con la alimentación, ya que el fundo se autoabastecerá con los requerimientos principales y las demás compras serán hechas en mercados aledaños. En relación a los suministradores de servicios básicos como la luz, el poder de negociación es alto, ya que la única empresa de comercialización y distribución eléctrica en la región es Hidrandina (Hidrandina, s/f).

#### **1.2.5 Amenaza de ingreso de servicios sustitutos**

La amenaza de los servicios sustitutos es baja pero existente, ya que en La Libertad existen 1104 lugares de pernoctación que bien podrían ser elegidos por los turistas (MINCETUR, 2019). Sin embargo, estos no ofrecen servicios que cubren las necesidades del turista objetivo. Además, solo 4 establecimientos se asemejan al proyecto que se está proponiendo y tienen un cliente semejante. Otro sustituto es el turismo vivencial, es decir, pueden optar por contratar el servicio de visita a comunidades de la región y hospedarse en sus viviendas o lugares aledaños a ellas.

### **1.3. Planeamiento Estratégico**

A través de planeamiento estratégico se analizará el alcance de la empresa mediante la definición de la misión, visión y objetivos. Además, se reconocerá las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas mediante una matriz FODA. Con ella se podrá planificar estrategias ante escenarios que puedan afectar la continuidad de la empresa.

#### **1.3.1 Misión**

Enfocados en involucrar al turista en las actividades agrícolas y pecuarias del fundo, sumado a una excelente calidad de alojamiento y esparcimiento, permitiéndole así tener una experiencia que lo haga sentir valorado.

#### **1.3.2. Visión**

Consolidar a la empresa como líder de agroturismo en la región La Libertad, destacando por su innovadora propuesta de valor, la alta calidad y excelencia en los servicios que ofrece.

#### **1.3.3 Análisis FODA**

Este análisis permitirá definir las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa, en las cuales estará basado el desarrollo de las estrategias para afrontar cualquier escenario.

Los factores internos y externos, se evaluarán según la Tabla 1. No sin antes aplicar una ponderación según su relevancia, donde 0 es el menos importante y 1 el más importante.

Tabla 1. Puntaje para las matrices EFI y EFE

Valor	Escala
1	Muy negativo
2	Negativo
3	Positivo
4	Muy positivo

### a. Matriz EFI - Factores Internos

Como resultado de la ponderación de factores internos se obtuvo 2,65, tan como se visualiza en la Tabla 2.

Tabla 2. Matriz EFI

	Factores Internos	Peso	Calificación	Ponderación
F1	Oferta de una propuesta novedosa y atractiva de turismo rural en la que el turista es el protagonista. Diversidad de servicios adicionales (fogata, juegos para niños, paseo a caballo, cuatrimotos, bote, etc.)	0,19	4	0,76
F2	Experiencia única en alojamientos construidos a base de materiales rústicos.	0,18	4	0,72
F3	Personal calificado y guías especializados tanto en el área agrícola como pecuaria (Actividades en granja, talleres de elaboración de derivados frutales, actividades de cosecha de frutales)	0,14	3	0,42
F4	Cumplimiento de los estándares de calidad y servicio al cliente, para turismo rural.	0,13	3	0,39
D1	Alta inversión inicial para el posicionamiento de la marca	0,12	1	0,12
D2	Altos costos operativos por planilla de personal.	0,09	1	0,09
D3	Alta inversión inicial a nivel infraestructura y equipos.	0,11	1	0,11
D4	Nivel de precios mayor al promedio de los sustitutos de la zona. Necesidad de ofrecer servicios adicionales para competir con los sustitutos de la zona.	0,04	1	0,04
<b>TOTAL</b>		<b>1,00</b>		<b>2,65</b>

### b. Matriz EFI - Factores Internos

Tras la ponderación de los factores internos se obtuvo 2,6, el detalle se puede ver en la Tabla 3.

Tabla 3. *Matriz EFE*

	Factores Externos	Peso	Calificación	Ponderación
O1	La tendencia del viajero nacional por centros de esparcimiento exclusivos, amplios y cercanos a la naturaleza favorecen el desarrollo del agroturismo.	0,21	4	0,84
O2	Disponibilidad de tecnologías de siembra para reducir el impacto ambiental y ahorrar costos (riego tecnificado).	0,05	3	0,15
O3	Alto poder de negociación con los proveedores y disponibilidad de materia prima por autoabastecimiento.	0,15	4	0,6
O4	Reactivación de la economía y ampliación del aforo de establecimientos del rubro turístico	0,09	4	0,36
A1	Incertidumbre y conflictos a nivel de la política nacional.	0,06	2	0,12
A2	Pandemia causada por la Covid-19 que conlleva a restricciones de movilización.	0,15	1	0,15
A3	Bajo reconocimiento de marca y fidelización frente a sustitutos y competidores de las zonas con mayor índice turístico del país.	0,2	1	0,2
A4	Inseguridad ciudadana en zonas aledañas	0,09	2	0,18
<b>TOTAL</b>		<b>1,00</b>		<b>2,60</b>

### c. Matriz Interna-Externa

Con las ponderaciones de los factores internos y externos, se calcula la posición en la Matriz Interna-Externa (ver Tabla 4) con el propósito de determinar las estrategias óptimas para el proyecto. Las ponderaciones realizadas permitieron ubicar la propuesta en el cuadrante V, lo cual indica que la empresa debe aplicar estrategias de desarrollo del mercado y de productos.

Tabla 4. *Matriz Externa-Interna*

		Factores Internos			
		4	3	2	1
Factores externos	4	I	II	III	
	3				
	2	IV	V	VI	
	1	VII	VIII	IX	

#### d. Matriz FODA

Se cruzan los factores y se plantean las estrategias a emplear en la matriz FODA de la empresa (ver Tabla 5).

Tabla 5. Matriz FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<b>MATRIZ FODA</b>	<b>F1:</b> Oferta de una propuesta novedosa y atractiva de turismo rural en la que el turista es el protagonista. Diversidad de servicios adicionales (fogata, juegos para niños, paseo a caballo, cuatrimotos, bote, etc.)	<b>D1:</b> Alta inversión inicial para el posicionamiento de la marca.
	<b>F2:</b> Experiencia única en alojamientos contruidos a base de materiales rústicos.	<b>D2:</b> Altos costos operativos por planilla de personal.
	<b>F3:</b> Personal calificado y guías especializados tanto en el área agrícola como pecuaria (Actividades en granja, talleres de elaboración de derivados frutales, actividades de cosecha de frutales)	<b>D3:</b> Alta inversión inicial a nivel infraestructura y equipos.
	<b>F4:</b> Cumplimiento de los estándares de calidad y servicio al cliente, para turismo rural.	<b>D4:</b> Necesidad de ofrecer servicios adicionales para competir con los sustitutos de la zona.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
<b>O1:</b> La tendencia del viajero nacional por centros de esparcimiento exclusivos, amplios y cercanos a la naturaleza favorecen el desarrollo del agroturismo.	* <b>F2, O2-O3:</b> Diseñar un establecimiento turístico sostenible, mediante el uso de tecnología para el aprovechamiento eficiente de recursos. * <b>F1-F3, O1:</b> Desarrollar paquetes de actividades que le permita al turista ser parte de las actividades agropecuarias. * <b>F4, O1-O2:</b> Diseñar espacios que cumplan con los estándares de calidad y servicio al cliente, requeridos para el rubro.	* <b>D1-D3, O1:</b> Como la inversión inicial en el proyecto es alta y al principio la empresa no se encuentra posicionada en el mercado, se debe desarrollar estrategias mediante plataformas digitales, que es donde el público objetivo tiene alta presencia. * <b>D4, O1-O4:</b> Cumplir las expectativas según la tendencia del viajero, mediante la oferta de servicios diversificados.
<b>O2:</b> Disponibilidad de tecnologías de siembra para reducir el impacto ambiental y ahorrar costos (riego tecnificado).		
<b>O3:</b> Alto poder de negociación con los proveedores y disponibilidad de materia prima por autoabastecimiento.		
<b>O4:</b> Reactivación de la economía y ampliación del aforo de establecimientos del rubro turístico		
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
<b>A1:</b> Incertidumbre y conflictos a nivel de la política nacional.	* <b>F1, A2-A3:</b> Desarrollo de agresiva campaña publicitaria mediante redes sociales para aumentar la visibilidad y ventas * <b>F1-F2-F3, A2-A3:</b> Diseñar una estrategia de promoción sobre las actividades y la diversidad de servicios que ofrece el fundo. * <b>F4, A4:</b> Mantener un nivel de seguridad que garantice la integridad del turista.	* <b>D4, A2-A3:</b> Establecer precios más accesibles para el turista local. * <b>D3, A2-A3:</b> Diseñar zonas de alojamiento y esparcimiento que aseguren la distancia mínima entre turistas o grupos de turistas.
<b>A2:</b> Pandemia causada por la Covid-19 que conlleva a restricciones de movilización.		
<b>A3:</b> Bajo reconocimiento de marca y fidelización frente a sustitutos y competidores de las zonas con mayor índice turístico del país.		
<b>A4:</b> Inseguridad ciudadana en zonas aledañas		



### 1.3.4 Estrategia Genérica

Luego de haber analizado los factores del macro y micro entorno además de las propuestas planteadas a partir de la matriz FODA, se determina que, de las estrategias propuestas por Michael Porter, la más adecuada es la Estrategia de Diferenciación.

Esta estrategia se fundamenta en que la misión y la visión del fundo enfocado al agroturismo está orientada hacia la innovación, la alta calidad y la excelencia en el servicio a fin de asegurarle al turista una experiencia de clase mundial.

El proyecto se debe tener en consideración los siguientes aspectos:

- La propuesta será brindar un servicio agroturístico que le permita al turista involucrarse con las actividades productivas del fundo tales como la siembra de frutales (según la temporada), recolección de frutas, cuidado de los animales de granja y vacunos y que participen en talleres de elaboración de productos derivados de frutales.
- Invertir en la implementación de una infraestructura que vaya acorde al entorno natural del fundo.
- Se ofrecerá variedad de servicios adicionales como, por ejemplo: noches de fogata, piscinas, cancha de fútbol, cancha de vóley, juegos para niños, paseo a caballo, paseo en cuatrimotos, paseo en bote, entre otros.
- Asegurar la selección y contratación de personal calificado para garantizar una atención de calidad. Además, se implementará un plan anual de capacitaciones según el puesto y funciones.

### **1.3.5 Objetivos**

Se trazan los objetivos organizacionales que tiene la empresa para este proyecto, tanto estratégicos como financieros:

#### **Estratégicos**

- Ser considerado el mejor establecimiento agroturístico en base a la excelencia en la calidad y servicio al cliente.
- Consolidar un crecimiento anual con cobertura del 5% del mercado.
- Alcanzar el posicionamiento de la marca durante los 3 primeros años de operaciones.

#### **Financieros**

- Recuperar la inversión en un horizonte de tiempo de 5 años.
- Lograr un crecimiento de ventas anuales mayores a 10%.
- Obtener una tasa de retorno mayor al 15% al término del proyecto.

## Capítulo 2: Estudio De Mercado

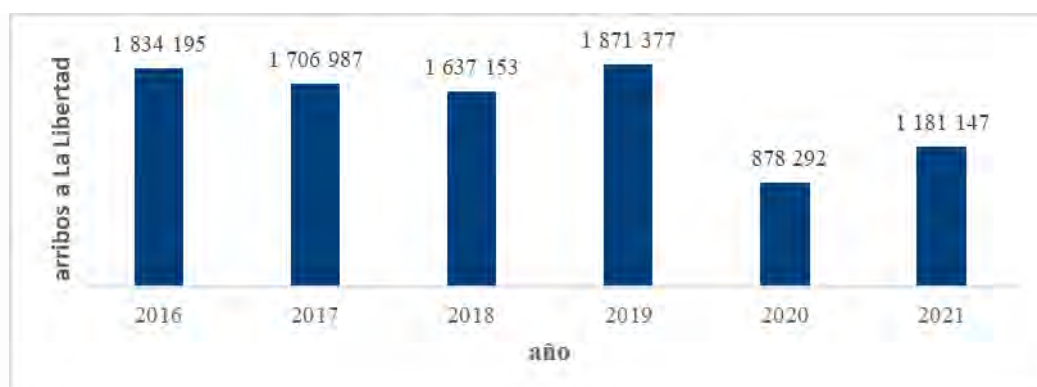
En este capítulo se busca definir el perfil del turista nacional al cual estará dirigido este servicio. Asimismo, se determinará la demanda insatisfecha en el mercado, mediante el análisis de la demanda y oferta de establecimientos similares a un Fundo Agroturístico en la región La Libertad. También se desarrollará el mix de marketing para posicionar el negocio en el mercado.

Para este estudio se hará uso de datos reportados en los portales del Gobierno Regional La Libertad, MINCETUR, Promperú, INEI y buscadores web de turismo.

### 2.1 El mercado

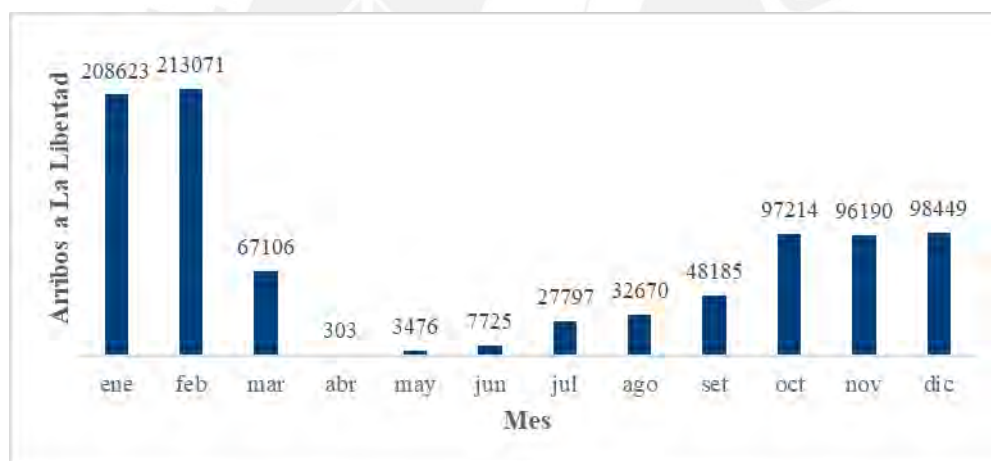
Para definir el consumidor es necesario conocer el comportamiento del mercado nacional, además de la evolución histórica de arribos a la región, ya que el proyecto está orientado hacia el turista nacional. Este proyecto pretende satisfacer las necesidades del segmento “turista de naturaleza”, cuyas características se explicarán más adelante.

El turismo en la región ha mostrado picos y caídas conforme el paso de los años. En el 2019 se mostró un crecimiento de 14% respecto al año previo, pero en el 2020 tuvo una gran caída a causa del cierre de fronteras y la cuarentena obligatoria por la pandemia, pese a que en los meses de enero y febrero tuvo un crecimiento de 23% y 41% en arribos respecto a esos mismos meses en el 2019. Además, en el 2021, gracias las medidas para reactivar el sector, se tuvo una recuperación de 34% respecto a 2020, como se observa en la Figura 3 (MINCETUR, 2020).



*Figura 3.* Evolución de arribos a La Libertad  
Adaptado de MINCETUR (2020): La Libertad Reporte Regional de Turismo

En la Figura 4 se ve una recuperación notable del turismo en la región, a partir del tercer trimestre del 2020. (INEI,2020).



*Figura 4.* Arribos a La Libertad durante el 2020  
Adaptado de INEI (2020): Arribos, pernoctaciones y permanencia, según procedencia de los huéspedes, 2003 – 2020

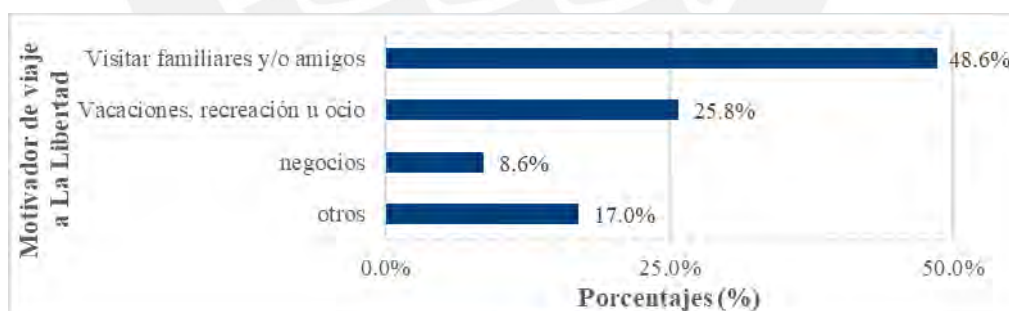
El gobierno Regional de La Libertad registra 1104 establecimientos, los cuales suman 13,573 camas o plazas. Durante el 2019 esta región fue la más visitada (Gobierno Regional La Libertad, 2018).

## 2.2 Perfil del cliente objetivo

El cliente objetivo a analizar será el turista nacional. A continuación, se detallará el motivador de viaje, las actividades que realiza, el tipo de alojamiento utilizado, el gasto promedio, edad y el medio donde busca información. Cabe indicar que, para algunos casos, el portar de PROMPERÚ solo dispone de información completa hasta el año 2019, referida al perfil del turista nacional que acude a la región La Libertad. Sin embargo, en lo posible se incluirá los datos disponibles de 2020.

### 2.2.1 Motivador de viaje

Durante el 2019, el motivo de viaje de los turistas nacionales a esta región es principalmente para visitar a familiares y/o amigos (48.6%), seguido por vacaciones, recreación u ocio (25.8%) (Promperú, 2019). En la Figura 5 se observa la distribución de motivadores de viaje para turistas nacionales.



*Figura 5. Motivadores de viaje del turista nacional*  
Adaptado de Promperú (2019): Perfil del vacacionista nacional que visita La Libertad 2019

Asimismo, se determinó que los lugares más visitados por los turistas fueron Trujillo (83%), seguido por Huanchaco (55%) (Promperú, 2019). En la Figura 6 se muestra el detalle de la información.

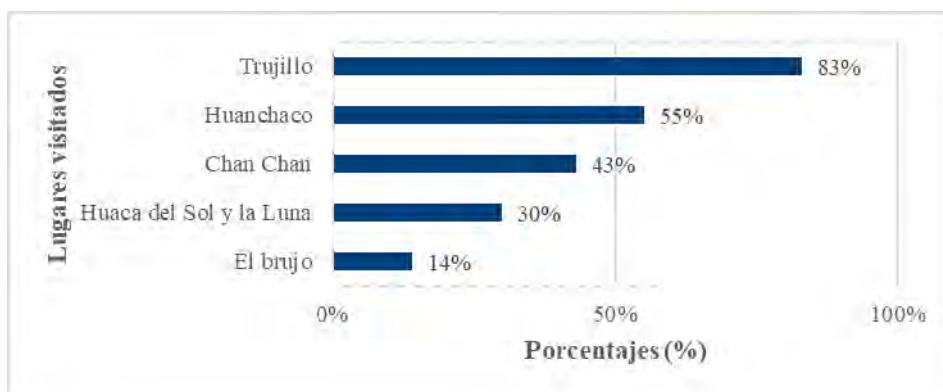


Figura 6. Lugares visitados por los turistas

Adaptado de Promperú (2019): Perfil del turista extranjero y el vacacionista nacional que visita La Libertad 2019

Dado que, según la información mostrada, las vacaciones, recreación u ocio se encuentra dentro de las dos principales razones para visitar La Libertad, la oferta del Fondo Agroturístico estará orientada a cubrir esta necesidad.

### 2.2.2 Ingreso de turistas según lugar emisor

Durante el 2019, los turistas nacionales que visitaron la región provienen en su mayoría de esta misma, es decir, provienen de otras provincias de La Libertad, como Trujillo. Estos representan un 35% del total de visitantes nacionales. La siguiente región con mayores emisiones es Lima, con un 30% de turistas, como se observa en la Figura 7 (Promperú, 2019).

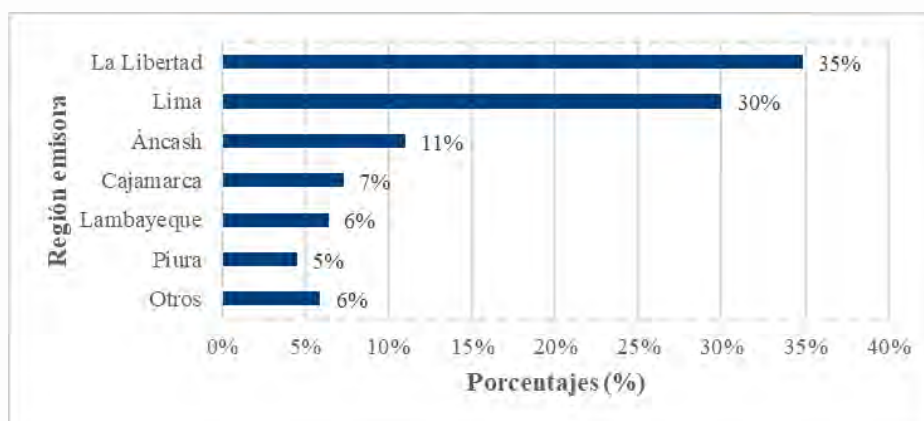


Figura 7. Región de origen de los turistas nacionales que visitan La Libertad

Adaptado de Promperú (2019): Perfil del vacacionista nacional que visita La Libertad 2019

### 2.2.3 Gasto por persona durante el viaje

El gasto del turista nacional que visita la Región se distribuye como se muestra en la Tabla 6. El proyecto apunto a aquellos turistas con un gasto superior a los 400 soles, que representan el 54% (Promperú, 2019). Dado que sus exigencias van de acuerdo al costo-beneficio, se ofrecerá gran variedad en servicios y excelencia en calidad.

Tabla 6. *Gasto promedio por turista nacional*

Gasto por persona durante el viaje	%
Menos de 100 soles	5%
De 100 a 199 soles	17%
De 200 a 299 soles	8%
De 300 a 399 soles	16%
De 400 a 499 soles	13%
De 500 a 599 soles	4%
De 600 a más	37%
<b>Promedio (en soles)</b>	<b>S/510</b>

Adaptado de Promperú (2019): Perfil del vacacionista nacional que visita La Libertad 2019

### 2.2.4 Edad del turista que visita La Libertad

El rango de edad de los turistas nacionales con mayor participación es el de 45 a 64 años, estos representan el 35% del total. Asimismo, aquellos entre 25 y 34 años representan el 28% (ver Figura 8) (Promperú, 2019). En promedio, los turistas nacionales que visitan La Libertad tienen 39 años.

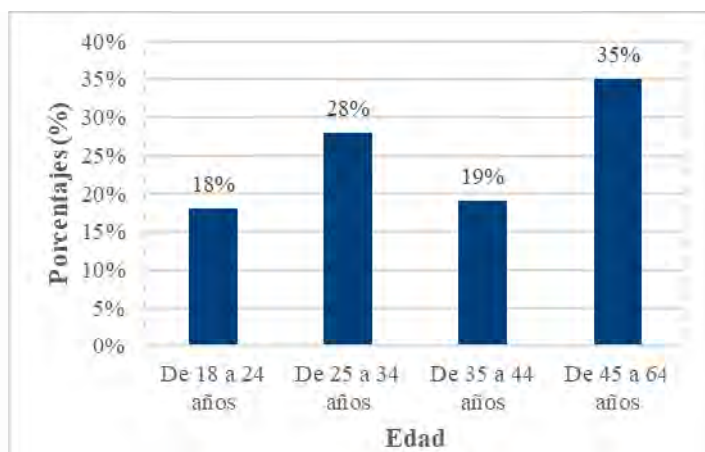


Figura 8. Edad de los turistas nacionales que visitan La Libertad  
Adaptado de Promperú (2019): Perfil del vacacionista nacional que visita La Libertad 2019

De la información presentada, se concluye que los turistas que visitan la región pertenecen, según la clasificación por rango de edad, a la generación *Millennial* (generación Y) y generación X.

### 2.2.5 Lugar de búsqueda de información antes de realizar el viaje

Los turistas nacionales optan por pedir referencias a familiares y amigos (60%) respecto a su destino de viaje. Asimismo, como se muestra en la Figura 9, otros medios importantes para el turista nacional son las redes sociales y las páginas webs, los cuales influyen en su decisión de viaje (Promperú, 2019).



Figura 9. Lugares de búsqueda de información de los turistas nacionales



Adaptado de Promperú (2019): Perfil del vacacionista nacional que visita La Libertad 2019

### 2.2.6 Tipo de alojamiento utilizado

La Figura 10 muestra que el tipo de alojamiento más demandado por los turistas nacionales, son los hoteles, con un 40% de participación. La segunda opción más utilizada son los hostales o casas de hospedaje, este representa un 30% del total (Promperú, 2019). El proyecto busca implementar cabañas, estas no se encuentran catalogadas dentro de la calificación con estrellas, pero cumplen con los requerimientos mínimos según el Reglamento para Establecimientos de Hospedajes y apunta al segundo grupo más demandado de tipo de alojamiento (MINCETUR,2019).

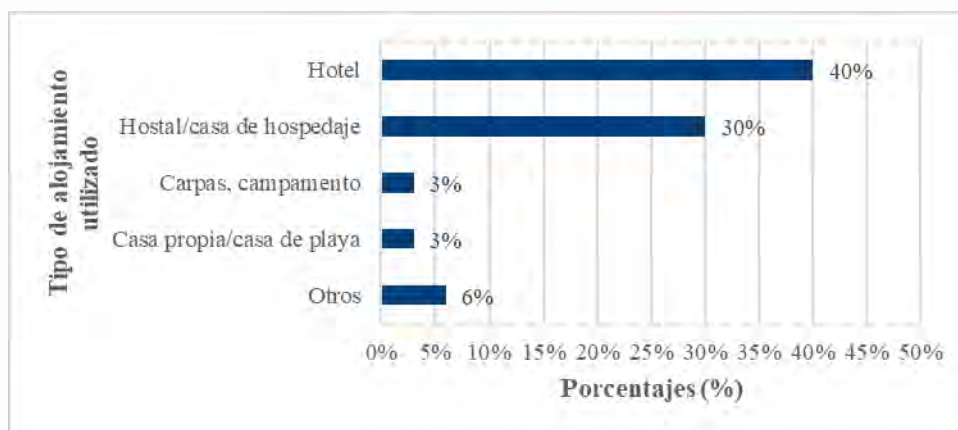
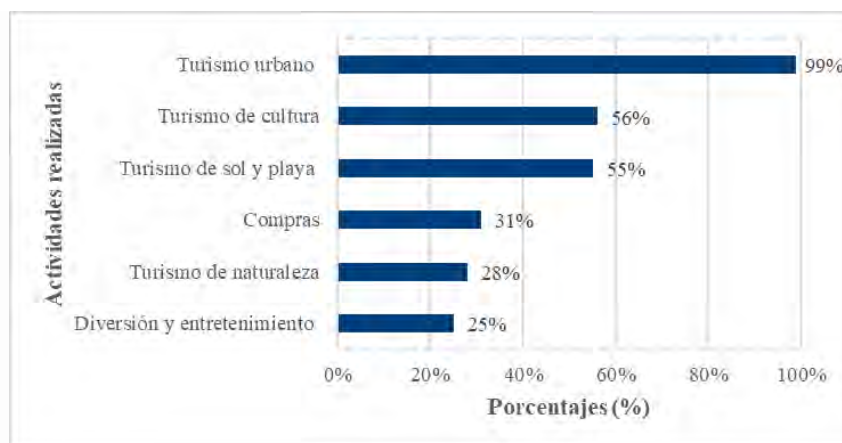


Figura 10. Tipo de alojamiento utilizado por los turistas nacionales  
Adaptado de Promperú (2019): Perfil del vacacionista nacional que visita La Libertad 2019

### 2.2.7 Actividades realizadas en la región

Respecto a las actividades que realiza el turista nacional en La Libertad, se halló que el 99% visita la región para hacer turismo urbano. Sin embargo, las actividades que realiza no son excluyentes, más bien complementarias. En ese sentido, la Figura 11 detalla las otras formas de turismo por las que opta. El turismo de naturaleza tiene una participación de 28% (Promperú, 2019).



*Figura 11.* Actividades realizadas por los turistas nacionales  
Adaptado de Promperú (2019): Perfil del vacacionista nacional que visita La Libertad 2019

Bajo el contexto de la pandemia, el turismo de naturaleza incrementó su participación. Según el Perfil del vacacionista Nacional, en el 2020 alcanzó el 50% (Promperú, 2020). Mientras que en el 2021 aumentó a 63% (Promperú, 2021). Este crecimiento representa una oportunidad que pretende ser aprovechada por el proyecto, que se enfoca en el turista de naturaleza.

### **2.2.8 Perfil del turista objetivo**

En base al análisis de los apartados anteriores se define el turista objetivo. El proyecto está dirigido a turistas de nacionalidad peruana, hombres y mujeres que realizan turismo de naturaleza, buscan disfrutar experiencias recreativas o de esparcimiento de calidad, se alojan en establecimientos amplios, con espacios y actividades al aire libre, que además cumplan con sus expectativas de bioseguridad. Estos suelen ser cómodos, pero no necesariamente lujosos. Los turistas tienen entre 27 y 54 años, es decir pertenecen generación Millennial (generación Y) y generación X, estos representan el 80% de turistas que visitan la región. Cuentan con una

capacidad de gasto promedio por viaje mayor a S/ 400. Finalmente, suelen buscar información en internet y redes sociales respecto a su destino de viaje (Promperú, 2019).

## **2.3 El servicio**

### **2.3.1 Aspectos principales del proyecto**

Considerando las propuestas planteadas a partir de la matriz FODA, sumado a que en la región los fundos o chacras familiares o de comunidades no ofertan servicios agroturísticos, además los negocios sustitutos tienen servicios homogéneos, se plantea una estrategia de Diferenciación.

Se definirá el paquete de servicios que brindará el establecimiento para satisfacer las necesidades del cliente. El proyecto plantea que los visitantes puedan participar en actividades agrícolas y pecuarias en espacios amplios y al aire libre, sumado a servicios complementario que se brindarán en los distintos espacios del local.

### **2.3.2 Principales características del servicio**

Los turistas tendrán acceso al fundo de 26.4 hectáreas, por la cantidad de noches y días que requieran. El Fundo ofrecerá los siguientes servicios, cuyo detalle se describe más adelante:

- Servicios de agroturismo
  - Cultivo y recolección de frutas y hortalizas
  - Visita a granja
  - Talleres de producción de alimentos
- Servicio de alojamiento
- Servicio de alimentación

- Servicios complementarios
  - Piscinas
  - Canchas de fútbol y vóley
  - Zona de juegos infantiles
  - Amplios lugares de esparcimiento (áreas verdes)
  - Fogata
  - Paseo a caballo, cuatrimotos y bote
  - Sala de conferencia y/o eventos
  - Venta de productos del fundo en quiosco
  - Zona de camping

### **2.3.2.1 Servicio de agroturismo**

Este servicio incluye actividades a realizarse directamente en las áreas de cultivo, como también en la granja y en la zona de talleres.

#### **- Cultivo y recolección de frutas y hortalizas**

El fundo contará con 18 variedades entre frutas, tubérculos y hortalizas (ver Tabla 7). Estas se encuentran distribuidas en el vivero, huerta y área de cultivos mayores (con mayor producción). En ese sentido, este servicio involucrará a los turistas en las etapas productivas como preparación del terreno para la siembra, fase de cosecha y recolección.

Tabla 7. *Variedades de cultivos*

Huerta	Área de cultivos mayores	Vivero
higo	papaya	almácigo de frutas y hortalizas
lúcuma	palta	
maracuyá	plátano	
tumbo		
lima		
noni		
ciruela		
toronja		
manzana		
tuna		
plátano		
huaba		
limón		
piña		

Los clientes participarán de un circuito que incluirá su paso por el vivero, la huerta y el área de cultivos mayores.

- Vivero:** En este espacio, un guía especializado les hará un recorrido, presentando las diferentes semillas y la germinación de las mismas en sus diferentes etapas. Asimismo, realizará un taller sobre la elaboración de almácigo. El vivero contará con un área acondicionada donde los turistas podrán poner en práctica el procedimiento explicado por el guía, esto incluye la preparación de la tierra, acondicionar la semilla, riego, etc. Al finalizar el taller, se dará un espacio para la toma de fotografías.
- Huerta:** En esta zona, siguiendo el proceso productivo, el guía les explicará que, pasado el tiempo de germinación, los almácigos preparados en el vivero, son trasplantados en su ubicación final. El turista podrá ejecutar el trasplante de la planta en un área acondicionada para la puesta en práctica. Asimismo, el guía hará un recorrido explicando los procesos y técnicas de cultivo, además aclarará cualquier duda que se presente. Se le prestará al turista una canasta para el recojo de las frutas, las cuales

podrán ser consumidas en cualquier zona compartida del fundo y/o llevarlas al término de su estadía. Durante el recorrido en las parcelas o la huerta se dará espacio para la toma de fotografías, haciendo hincapié en la distancia mínima y otras medidas de bioseguridad.

- **Área de cultivos mayores:** Esta corresponde a las plantaciones de palta y papaya, que ocupa gran parte del terreno total. Se dispondrá de un espacio donde los participantes del recorrido prepararán la tierra para el trasplante de las plantas, es decir, surcará, regará y abonará la tierra. Además, se explicará el proceso de cosecha y puesta a la venta de ambos productos. Ello involucra la cuidadosa recolección, lavado y desinfección, proceso de maduración y traslado a al cliente final. Asimismo, se absolverán todas las dudas que se presenten en el camino y se dará un tiempo adicional para la toma de fotografías.

#### **- Visita a granja y corral**

En la visita a granja y corral el turista podrá tener contacto con aves (gallinas, pavos, patos, etc.), ganado vacuno (vacas, toros y bueyes) y ovino (ovejas, carneros). Ello implica la alimentación de los animales, además de la recolección de huevos, en el caso de las aves. Si el turista desea, puede participar de la esquila y corte de pasto para el ganado vacuno y ovino. En todo momento están acompañados de personal del fundo, debidamente capacitado para brindar una excelente atención, además de prevenir acciones inseguras o accidentes.

### **- Talleres de producción de alimentos**

En esta actividad, los visitantes participarán de talleres en los que aprenderán a elaborar productos derivados de frutas de temporada cultivadas en el Fundo. Por ejemplo, mermelada y conserva artesanal. Un personal experto en la elaboración de estos productos se encargará de dictar el taller. Se explicará el procedimiento y en paralelo los participantes ejecutarán los pasos. Los participantes podrán conservar el producto preparado.

#### **2.3.2.2 Servicio de alojamiento**

Los turistas se alojarán en cabañas estratégicamente distribuidas en el fundo. Estas se ubicarán entre dunas y pequeñas lagunas artificiales. Además, tendrán un acabado rústico para estar acorde con el paisaje y estarán equipadas con camas y/o camarotes, servicios higiénicos, ventiladores debido al clima caluroso/cálido y conexión a internet. Cabe indicar que el fundo ofrecerá cabañas de diferentes tamaños en m<sup>2</sup>. Se tendrá a disposición, cabañas matrimoniales, dobles, triples y para grupos entre 5 y 10 personas. Asimismo, para aquellos que disfruten de acampar al aire libre o requieran un alojamiento más austero, se dispondrá de una zona de camping.

#### **2.3.2.2 Servicio de alimentación**

La carta estará centrada en hacer conocer la gastronomía local y del norte del país. Es por ello que estará conformada por diversos platos típicos de la región La Libertad, así como de las regiones aledañas, es decir, de Cajamarca y Lambayeque. Los insumos a utilizar para la elaboración de los platos serán en su mayoría producidos en el fundo, por ejemplo, las hortalizas, tubérculos y carnes (cuy, pato, pollo), los demás serán adquiridos de productores

locales y mercados de la zona. De ese modo se garantizará la calidad de la materia prima. Los precios de las comidas (desayuno, almuerzo y cena) serán fijos, de tal forma que el costo diario de alimentación por persona es de S/ 55.

- **Desayuno**

- Bebida: Leche fresca, café, avena, soya, quinua o infusiones
- Pan con tamal, queso fresco o mantecoso, mermelada artesana, pollo, palta o aceitunas
- Ensalada de frutas de temporada

- **Almuerzo**

- Entrada: Tamal, humita, ceviche, sopa de casa o ensalada
- Plato de fondo: Arroz con pato, seco de cabrito, shambar, chicharrón con mote, cuy frito o arroz con pollo
- Bebida: Chicha morada, chicha de jora, refresco de fruta de temporada o infusiones

- **Cena**

- Entrada: Tamal, humita, sopa de casa o ensalada
- Plato de fondo: Arroz con pato, seco de cabrito, chicharrón con mote, cuy frito o arroz con pollo
- Bebida: Chicha morada, refresco de fruta de temporada o infusiones

### **2.3.2.2 Servicio complementario**

En este grupo de servicios, el acceso a piscinas, canchas de fútbol y vóley, zona de juegos infantiles, áreas verdes de esparcimiento, fogata y zona de camping están incluidos en el precio de alojamiento. Es decir, todos aquellos que pernoctan mínimo una noche en el fundo podrán



disfrutar de los servicios mencionados sin ningún costo adicional. Por otro lado, a continuación, se describen los servicios complementarios que implicarán un costo adicional.

- **Paseo a caballo, cuatrimotos y/o bote:** En el paseo a caballo, el turista podrá recorrer todo el fundo durante una hora, siguiendo una ruta específica para evitar accidentes o daños en los cultivos. Las salidas serán en grupos de mínimo 4 personas, con el acompañamiento de un guía.

El paseo en cuatrimotos, constará de 4 vueltas a lo largo del fundo, el turista seguirá una ruta diferente a la de paseo a caballo. A diferencia de la actividad anterior, esta puede hacerse sin el acompañamiento de un guía, pero siguiendo medidas estrictas de seguridad.

El paseo en bote, se realizará en la laguna del fundo, donde el turista podrá permanecer por un lapso de 20 min.

- **Sala de conferencia y/o eventos:** Este servicio busca brindar el espacio ideal para la celebración de matrimonios, bautizos, eventos de graduación, cumpleaños, entre otros. Además, pretende ser elegido para el desarrollo de presentaciones o congresos realizados por empresas que comercializan productos para el cultivo, como agroquímicos, herbicidas, abonos, etc.
- **Quiosco para venta de productos del fundo:** Este servicio ofrecerá la venta de productos, con valor agregado, elaborados en el fundo. Por ejemplo, conservas, mermeladas, compotas, chicha de jora, queso, *souvenirs*, etc.

## 2.4 Análisis de la demanda

La demanda será calculada en base a dos indicadores obtenidos de la página web de MINCETUR. Estos son el arribo y el tiempo de permanencia promedio en la región La Libertad, tanto de turistas extranjeros como nacionales. La demanda histórica y la proyectada estarán expresadas en números de pernoctaciones mensuales de turistas nacionales.

### 2.4.1 Demanda histórica

Como se definió anteriormente, el Fondo Agroturístico está dirigido a turistas vacacionistas, de naturaleza y que prefieren como establecimientos de hospedaje a *bungalows*, cabañas o similares. Esto último se debe a que el servicio principal que se pretende ofrecer es el agroturismo, dejando al resto como complementarios. Es por ello que a la cantidad de arribos iniciales de la demanda histórica se le aplicará los siguientes ajustes:

- % de turistas nacionales que viajan por vacaciones, ocio o recreación.
- % de turistas nacionales que realizaron actividades de naturaleza (incluye observación de la flora, paseo por lagunas, visita de dunas, visita a mirador)
- % de turistas nacionales que se hospedan en establecimientos distintos a hoteles con clasificación por estrellas.

En este último ajuste se considerará los siguientes tipos de alojamiento:

- *bungalows* / cabañas
- carpas/campamento

El procedimiento que se siguió para el cálculo de la demanda histórica se detalla en la Figura 12. Es importante señalar que los cálculos serán presentados por mes debido a que existe estacionalidad de la demanda durante el año.

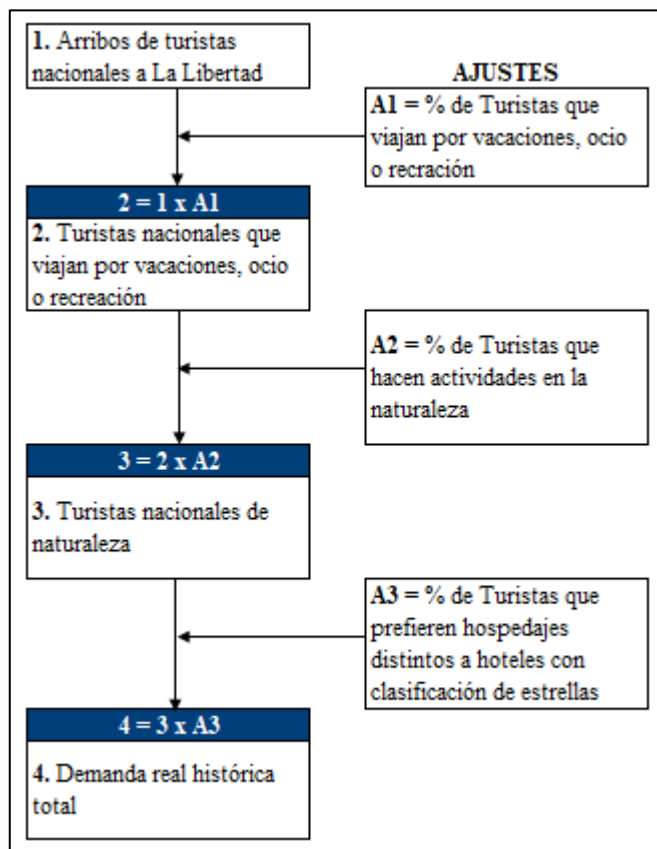


Figura 12. Esquema del cálculo de la demanda histórica

Los porcentajes de ajuste asumidos para el cálculo fueron extraídos de las encuestas anuales aplicadas por Promperú. Estos se observan en la Tabla 8. Como se puede observar, en el último año hubo un crecimiento considerable en el porcentaje de turistas que practicaron el turismo de naturaleza, ello es explicado porque la nueva necesidad del turista de visitar espacios abiertos y estar cerca de la naturaleza luego de pasar por un periodo de cuarentena y querer mantener la distancia social.

Tabla 8. *Ajustes, en porcentaje, para la demanda histórica*

Ajustes	Turistas nacionales						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
% Vacaciones, recreación u ocio	34.0%	30.6%	17.8%	38.6%	25.8%	20.0%	30.0%
% Turismo de naturaleza	12.0%	18.0%	13.0%	15.0%	28.0%	50.0%	63.0%
% Turistas que prefieren alojamientos distintos a hoteles con clasificación de estrellas	13.0%	22.0%	34.0%	23.0%	33.0%	18.0%	30.0%

Adaptado de Promperú (2019): Perfil del vacacionista nacional que visita La Libertad 2019

En la Tabla 9 se presenta el total de arribos mensuales ajustados, de turistas nacionales, a la región La Libertad durante entre los años 2015 y 2021. Cabe indicar que los datos del último semestre del 2021 fueron estimados mediante la ponderación de los años anteriores ya que MINCETUR no contaba con esos datos. Sin embargo, el total de arribos de ese año corresponde con el real, ya que, pese a que MINCETUR no contaba con el desglosado por mes del último trimestre, si tenía el total de arribos de ese año (ver Anexo A).

Tabla 9. *Arribo mensual ajustado de turistas nacionales*

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Enero</b>	928	1835	1358	1929	3883	3613	5794
<b>Febrero</b>	789	1624	1203	1745	3464	3695	5417
<b>Marzo</b>	811	1659	916	1889	3425	1179	6543
<b>Abril</b>	783	1639	955	1778	3176	6	5750
<b>Mayo</b>	771	1664	1059	1419	3377	63	5435
<b>Junio</b>	799	1677	1071	1800	3667	136	5793
<b>Julio</b>	906	2106	1204	1978	4146	498	5085
<b>Agosto</b>	835	2154	1216	2033	4095	564	5106
<b>Septiembre</b>	809	1897	1130	1788	3812	864	4942
<b>Octubre</b>	885	2006	1114	1736	3871	1427	5471
<b>Noviembre</b>	807	1986	1142	1805	3785	1650	5584
<b>Diciembre</b>	903	1972	1067	1910	3917	2121	6056
<b>Total</b>	<b>10026</b>	<b>22219</b>	<b>13435</b>	<b>21810</b>	<b>44618</b>	<b>15816</b>	<b>66976</b>

Adaptado de INEI (2020): Arribos, pernoctaciones y permanencia, según procedencia de los huéspedes, 2003 – 2020

En la Figura 13 se observa que existe estacionalidad de la demanda, debido a la presencia de picos durante los meses de enero y julio. Estos picos se explican porque esos meses coinciden con las vacaciones escolares, además de los feriados por fiestas de fin de año y 18 de julio. El 2020 es un año con datos particulares debido a la caída del sector turismo a causa de la pandemia, sin embargo, se aprecia que en el mes de enero hubo un pico con un número de arribos incluso mayor a los años anteriores. Mientras que en el tercer trimestre del 2020 se tuvo un incremento notable de los arribos. Asimismo, en el 2021, se pueden observar picos en marzo y diciembre.

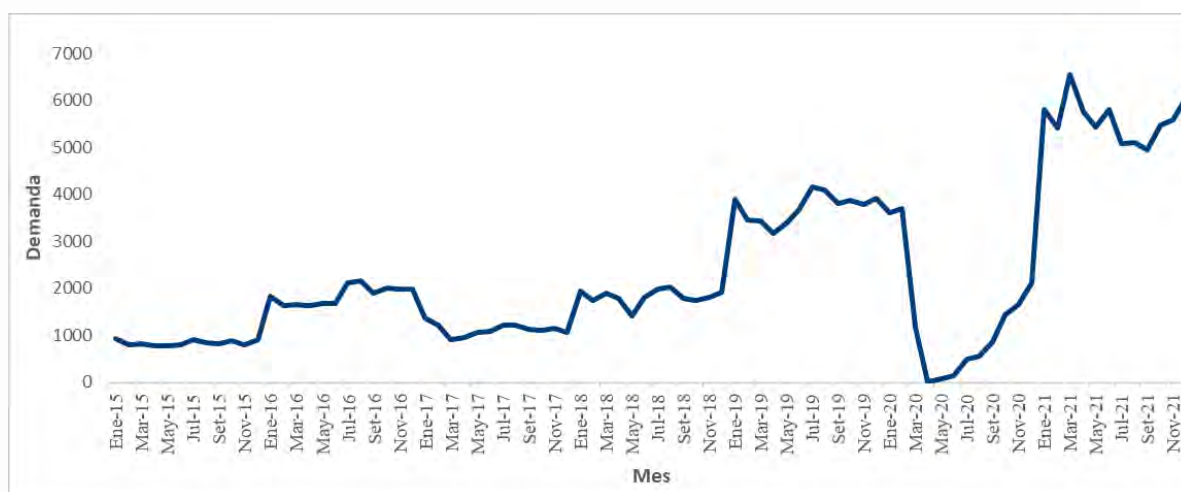


Figura 13. Demanda histórica (2015-2021)

#### 2.4.2 Demanda proyectada

Para la proyección de la demanda histórica se considerará un horizonte del proyecto igual a 10 años basado en la considerable inversión en terreno y cultivos. Esta será calculada a partir de la demanda histórica ajustada, presentada en el apartado anterior, con la diferencia de que estará expresada en número de pernoctaciones. Esto corresponde al producto de la proyección de demanda histórica y la proyección de las pernoctaciones promedio en la región.

### a) Proyección de la demanda histórica

Como se mencionó en la sección anterior, la demanda presenta picos en dos meses de cada año, esto indica claramente una estacionalidad, por lo que es necesario quitarla. Para tal fin, se utilizó el método del promedio móvil centrado a la demanda histórica, para un periodo de 12 meses. En la Figura 14 se confirma la estacionalidad mencionada, esta se da en los meses de enero y julio. El detalle del cálculo de los índices de estacionalidad se puede ver en el Anexo B.



Figura 14. Índices de estacionalidad de la demanda histórica.

La demanda histórica sin estacionalidad se obtiene de la división de la demanda histórica entre los índices de estacionalidad. Los valores obtenidos fueron graficados versus el tiempo. Dentro del análisis de tendencia definitivo, los datos correspondientes al periodo 2020-2021 no se tomaron en cuenta. Esta decisión se sustenta en la comparación de los coeficientes de determinación ( $R^2$ ) obtenidos al evaluar los distintos tipos de regresión (lineal, exponencial, logarítmica y potencial) del conjunto de datos completo vs sin considerar dicho periodo. Para el primer caso, los  $R^2$  fueron menores y más cercanos a cero, lo cual implicaría una muy baja correlación entre el tiempo y la demanda, por lo que no es correcto precisar alguna tendencia

(Tabla 9). Consecuentemente, el mejor ajuste para los datos, sin considerar el periodo 2020-2021 fue el modelo lineal.

A partir de estos datos se realizaron cuatro análisis de tendencia, los cuales corresponden a lineal, exponencial, logarítmica y potencial. En la Tabla 10 se presenta los resultados obtenidos de los análisis (ver Anexo C). Como se aprecia en la Figura 15, la tendencia logarítmica presenta un mayor valor de coeficiente de determinación, es decir tiene un mejor ajuste de los datos de la demanda sin estacionalidad. Cabe mencionar que incluso el  $R^2$  de la tendencia logarítmica no se encuentra cercano a la unidad debido a que se consideró el año 2020, que por motivos ya mencionados presenta una demanda mucho menor a los años previos a partir del mes de marzo.

Tabla 10. *Análisis de tendencia de la demanda histórica*

Tendencia	Coeficiente de determinación ( $R^2$ )	
	Datos completos	Sin el periodo 2020-2021
Lineal	0.2091	<b>0.6462</b>
Exponencial	0.0127	0.0127
Logarítmica	0.2536	0.4259
Potencial	0.051	0.5526

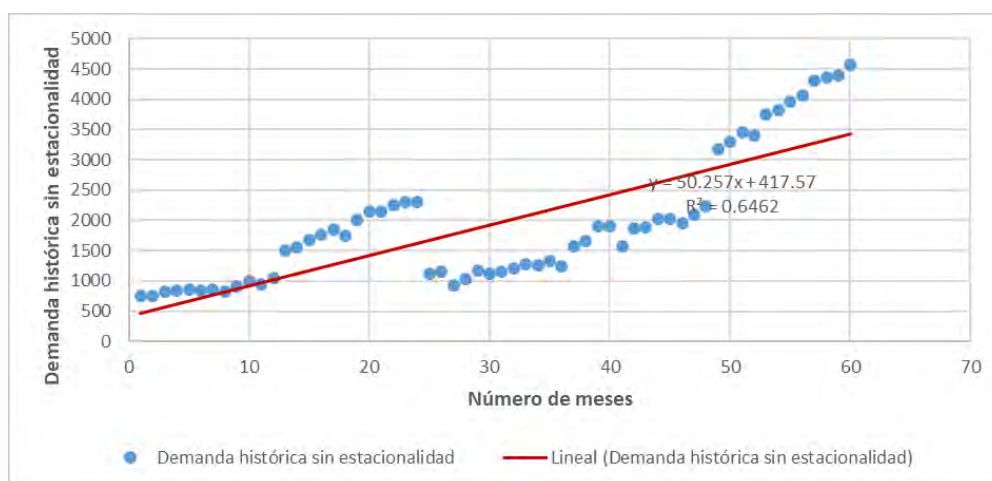


Figura 15. Tendencia-Demanda histórica sin estacionalidad

Finalmente, se realiza la proyección de la demanda en base a la ecuación obtenida de la tendencia lineal. Además, se debe volver a tener los datos con estacionalidad, por lo que se multiplican los valores obtenidos por el índice de estacionalidad según el mes que le corresponda. La proyección tendrá un horizonte de 10 años, es decir del 2022 al 2031. En la Tabla 11 se muestran los resultados expresados en número de arribos nacionales y extranjeros.

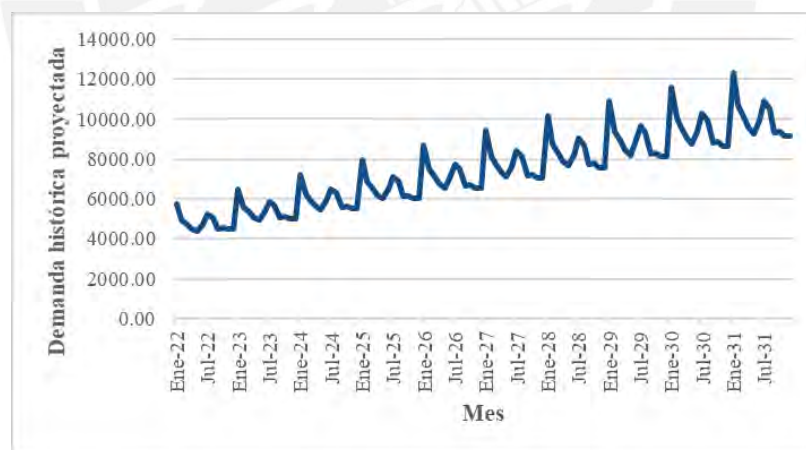
En adición, se calcularon los valores de proyección de la demanda histórica sin estacionalidad en el periodo 2020-2021 con el fin de compararlos con la demanda histórica real sin estacionalidad de ese periodo. Los resultados muestran que la proyección es menor que los valores reales, por lo tanto, se estaría adoptando una postura conservadora y aceptando la proyección como válida.



Tabla 11. *Proyección de la demanda histórica*

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
<b>Enero</b>	5723	6459	7195	7931	8667	9403	10139	10875	11610	12346
<b>Febrero</b>	4971	5603	6236	6868	7501	8133	8766	9398	10030	10663
<b>Marzo</b>	4742	5339	5935	6532	7129	7726	8323	8920	9517	10114
<b>Abril</b>	4512	5074	5636	6198	6761	7323	7885	8447	9009	9571
<b>Mayo</b>	4394	4936	5477	6019	6561	7103	7645	8186	8728	9270
<b>Junio</b>	4739	5317	5896	6474	7052	7631	8209	8788	9366	9944
<b>Julio</b>	5225	5856	6488	7119	7750	8381	9013	9644	10275	10907
<b>Agosto</b>	5072	5679	6286	6892	7499	8106	8713	9319	9926	10533
<b>Septiembre</b>	4511	5045	5579	6114	6648	7182	7716	8251	8785	9319
<b>Octubre</b>	4563	5098	5633	6168	6703	7239	7774	8309	8844	9379
<b>Noviembre</b>	4470	4989	5508	6027	6546	7065	7584	8104	8623	9142
<b>Diciembre</b>	4486	5002	5518	6035	6551	7067	7583	8099	8615	9131
<b>Total</b>	<b>57408</b>	<b>64397</b>	<b>71387</b>	<b>78377</b>	<b>85368</b>	<b>92359</b>	<b>99350</b>	<b>106340</b>	<b>113328</b>	<b>120319</b>

En la Tabla 10 y la Figura 16 se observa que en el horizonte del proyecto el número de arribos nacionales están correlacionados con una tendencia lineal. Esta información sería consistente con la tendencia adoptada por el turista post cuarentena y eventualmente post pandemia, tal como se explicó anteriormente.

Figura 16. *Proyección de la demanda histórica*

### b) Proyección del tiempo de estadía promedio

MINCETUR brinda los datos del tiempo de pernотaciones promedio por turista nacional. Al igual que para número de arribos, en el 2021 únicamente se cuenta con los datos

hasta el segundo trimestre, pero es posible hacer el cálculo de los meses restantes porque en la página web si se tiene el valor de las estadías totales en ese promedio. El cálculo de la estimación se detalla en el anexo D. En la figura 17 se muestra las pernoctaciones promedio total en la región, es decir la suma de pernoctaciones de turistas nacionales. Se puede notar que los picos están entre los meses de enero y abril y que ha habido un pequeño crecimiento del indicador al pasar de los años. Particularmente en el 2020 hubo picos de 8.02 y 10.01 estadías promedio en abril y mayo respectivamente, esto se sustenta en que por esas fechas se declaró cuarentena nacional y la movilización era imposible, por lo que muchos turistas tuvieron que permanecer en los lugares donde estaban cuando esta medida fue anunciada.

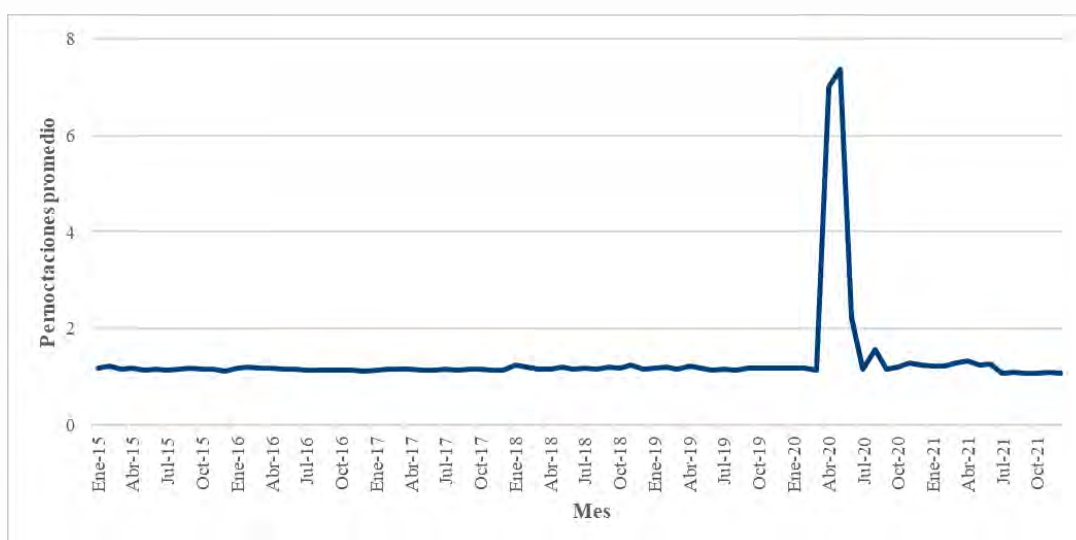


Figura 17. Número de pernoctaciones promedio

En concordancia con el análisis de la demanda histórica (en arribos), no se considerarán los datos del 2020 y 2021 como parte del análisis para la proyección de las pernoctaciones promedio. Dicho esto, se retira la estacionalidad de este indicador mediante el método del promedio móvil centrado con periodo de 12 meses (ver Anexo D). En la figura 18 se corrobora

la estacionalidad explicada con anterioridad, la cual tiene preponderancia en los meses abril y mayo.



Figura 18. Índices de estacionalidad de las pernoctaciones promedio

Una vez que se tiene los valores de las pernoctaciones promedio sin estacionalidad, se realiza los análisis de tendencia, las cuales son lineal, exponencial, logarítmica y potencial. En la Tabla 12 se presenta los coeficientes de determinación según la tendencia aplicada, ver Anexo E.

Tabla 12. Análisis de tendencia de pernoctaciones promedio

Tendencia	Coefficiente de determinación ( $R^2$ )
<b>Lineal</b>	<b>0.1393</b>
Exponencial	0.1219
Logarítmica	0.0458
Potencial	0.0449

Según el análisis de tendencia realizado, la regresión lineal posee un coeficiente de determinación mayor que el de los otros tipos de tendencia, sin embargo, este valor es mucho menor a 1. Si bien esto indica que las pernoctaciones no estarían siendo explicadas en gran porcentaje por los meses transcurridos, un análisis más detallado del coeficiente correspondiente a la variable mes muestra que el modelo lineal es significativo, ya que su “p-valor” es menor a 0.05 (nivel de significancia). Estos casos (p-valor menor a 0.05 y  $R^2$  bajo)

suelen deberse a la gran variabilidad de los datos. Ello se aprecia en la Figura 19, en la que los puntos están muy alejados con respecto a la línea de tendencia. Una alta variabilidad conlleva a que las predicciones realizadas por este tipo de modelos sean poco precisas. Esta situación podría deberse a un registro inadecuado de las pernoctaciones en los establecimientos turísticos o en la propia gran variación de las decisiones de los turistas.

No obstante, dado que esta información sobre las pernoctaciones es la única disponible y sabiendo que el modelo lineal ajustado es significativo, se empleará para realizar las proyecciones del caso. Se puede ver que la tendencia lineal es la que presenta un mayor coeficiente de determinación. En la Figura 19 se muestra la ecuación que se utilizará para realizar la proyección de pernoctaciones promedio en un horizonte de 10 años entre el 2022 y 2031.

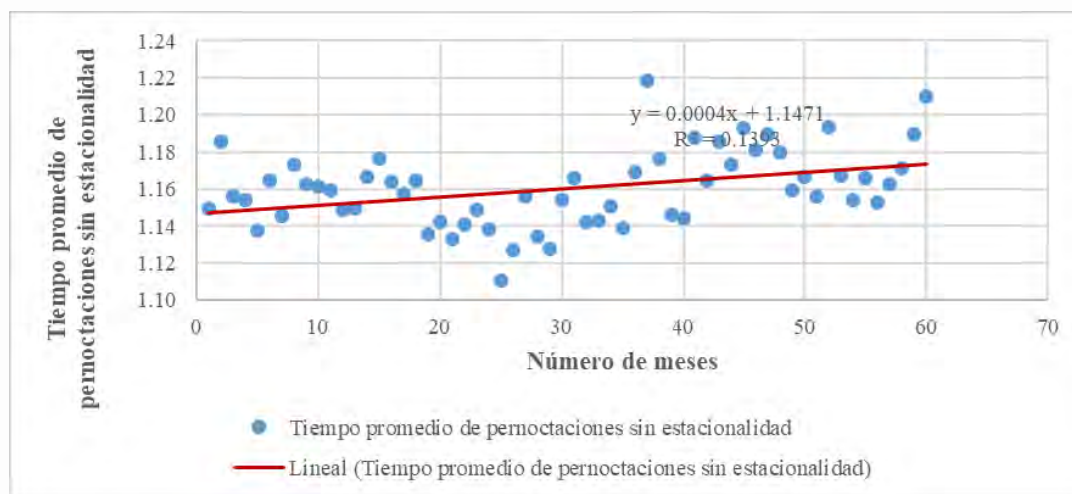


Figura 19. Pernoctaciones promedio sin estacionalidad

Finalmente, se halla la proyección de pernoctaciones promedio mediante la multiplicación del número de pernoctaciones sin estacionalidad por sus índices de estacionalidad correspondientes.

En la Tabla 13 se muestra que el número de pernoctaciones promedio siguen una tendencia creciente a lo largo del periodo proyectado. Esto indicaría que el turista tendría un mayor interés en permanecer en la región. Por tal motivo, este indicador será considerado para la toma de decisiones respecto a los servicios que se ofertarán en el Fundo Agroturístico.

Tabla 13. *Proyección de pernoctaciones promedio*

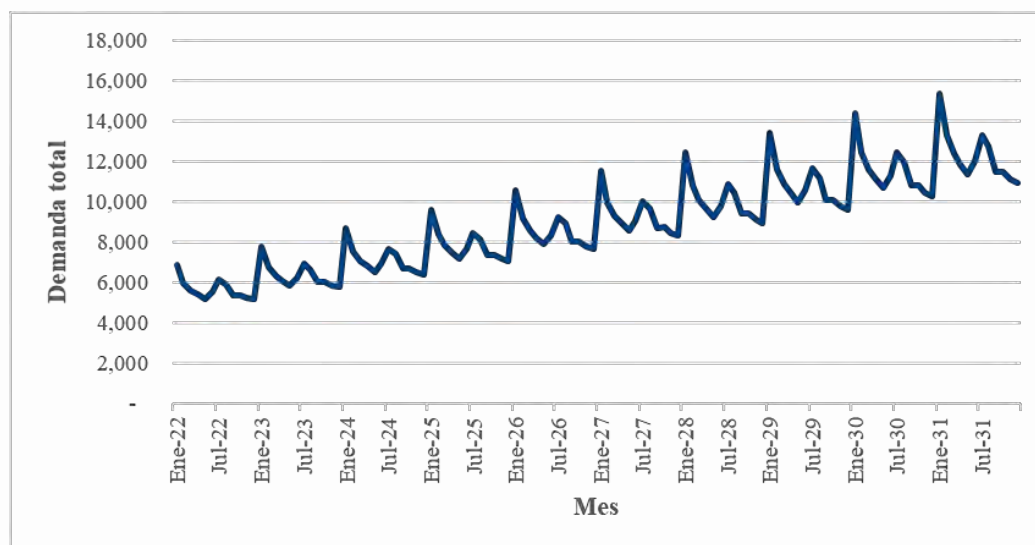
	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
<b>Enero</b>	1.20	1.21	1.21	1.22	1.22	1.23	1.23	1.24	1.24	1.25
<b>Febrero</b>	1.21	1.21	1.22	1.22	1.23	1.23	1.23	1.24	1.24	1.25
<b>Marzo</b>	1.19	1.19	1.20	1.20	1.20	1.21	1.21	1.22	1.22	1.23
<b>Abril</b>	1.20	1.20	1.21	1.21	1.22	1.22	1.23	1.23	1.24	1.24
<b>Mayo</b>	1.19	1.19	1.19	1.20	1.20	1.21	1.21	1.22	1.22	1.23
<b>Junio</b>	1.17	1.17	1.18	1.18	1.19	1.19	1.20	1.20	1.21	1.21
<b>Julio</b>	1.18	1.18	1.19	1.19	1.20	1.20	1.21	1.21	1.22	1.22
<b>Agosto</b>	1.17	1.18	1.18	1.19	1.19	1.19	1.20	1.20	1.21	1.21
<b>Septiembre</b>	1.19	1.20	1.20	1.21	1.21	1.22	1.22	1.23	1.23	1.24
<b>Octubre</b>	1.18	1.19	1.19	1.20	1.20	1.21	1.21	1.22	1.22	1.23
<b>Noviembre</b>	1.18	1.18	1.19	1.19	1.19	1.20	1.20	1.21	1.21	1.22
<b>Diciembre</b>	1.16	1.16	1.17	1.17	1.17	1.18	1.18	1.19	1.19	1.20
<b>Total</b>	<b>14.20</b>	<b>14.26</b>	<b>14.32</b>	<b>14.37</b>	<b>14.43</b>	<b>14.49</b>	<b>14.55</b>	<b>14.60</b>	<b>14.66</b>	<b>14.72</b>

### c) Proyección de la demanda total

Por último, la demanda total proyectada se calcula mediante la multiplicación de los arribos por el número de pernoctaciones promedio. Esto permitirá tener la demanda total proyectada en número de pernoctaciones mensuales, tal como se visualiza en la Tabla 14 y la Figura 20.

Tabla 14. *Proyección de pernoctaciones promedio*

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
<b>Enero</b>	6879	7795	8718	9649	10587	11532	12484	13443	14409	15382
<b>Febrero</b>	5992	6782	7578	8380	9189	10003	10825	11651	12484	13324
<b>Marzo</b>	5623	6356	7094	7839	8590	9347	10109	10877	11651	12430
<b>Abril</b>	5408	6106	6809	7519	8234	8955	9680	10411	11148	11890
<b>Mayo</b>	5209	5875	6545	7222	7904	8591	9283	9979	10682	11390
<b>Junio</b>	5537	6238	6945	7657	8374	9097	9825	10560	11299	12043
<b>Julio</b>	6153	6925	7703	8486	9275	10070	10873	11680	12493	13314
<b>Agosto</b>	5939	6676	7420	8168	8923	9684	10450	11221	11999	12783
<b>Septiembre</b>	5376	6036	6702	7374	8051	8732	9418	10111	10808	11510
<b>Octubre</b>	5401	6059	6721	7389	8062	8742	9425	10114	10807	11506
<b>Noviembre</b>	5256	5890	6528	7172	7821	8475	9134	9798	10467	11140
<b>Diciembre</b>	5185	5805	6430	7060	7695	8334	8978	9627	10280	10939
<b>Total</b>	<b>67958</b>	<b>76543</b>	<b>85193</b>	<b>93915</b>	<b>102705</b>	<b>111562</b>	<b>120484</b>	<b>129472</b>	<b>138527</b>	<b>147651</b>

Figura 20. *Pernoctaciones promedio sin estacionalidad*

Se puede ver que la proyección sigue una tendencia al alza a lo largo del tiempo, lo cual representa una oportunidad para la apertura de nuevos establecimientos para que satisfaga esa demanda según sus necesidades.

## 2.5 Análisis de la oferta

En la región no existen centros que funcionen como chacras o Fundos Agroturísticos. Asimismo, se puede verificar que MINCETUR no cuenta esta categoría ni mucho menos con

una base de datos con establecimientos que brinden servicios similares. Es por ello que se optó por indagar, a través de buscadores web, negocios que representen una competencia directa. Es así que se identificó a Casa Cumbray, Posada del cerro, Hacienda Solano y Salmucho. La oferta histórica y proyectada estará expresada en pernотaciones mensuales de turistas.

### 2.5.1 Oferta histórica

Como se mencionó, para identificar la oferta existente se utilizaron buscadores web, en específico *Tripadvisor.com*, *Booking.com* y las propias páginas web de los centros turísticos o de alojamiento. En estos se encontraron cuatro establecimientos que ofrecen servicios similares a los que se proponen en este proyecto (ver Anexo F).

Es necesario que la oferta proyectada esté al mismo nivel que la demanda proyectada por lo que se deberá multiplicar el número de plazas-camas por el número de días de cada mes, considerando un horizonte de 10 años. De este modo, la oferta estará expresada en número de pernотaciones por mes. Lo mencionado se esquematiza en la Figura 21.

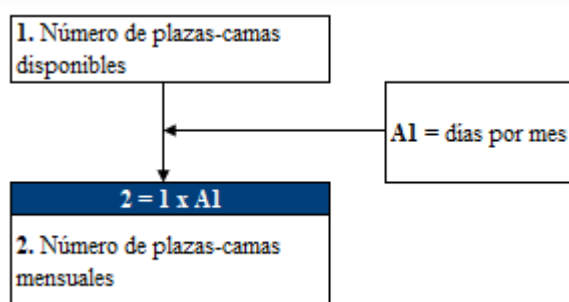


Figura 21. Esquema del cálculo de la demanda histórica

La oferta histórica de plazas-camas se presenta en la Tabla 15. Se puede ver que desde el 2018 no ha ingresado algún establecimiento con servicios similares, y los existentes no han

incrementado su capacidad, ya que el número de habitaciones y plazas-camas disponibles no varía.

Tabla 15. *Proyección de pernотaciones promedio*

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>N° de establecimientos</b>	2	2	3	4	4	4
<b>N° de habitaciones</b>	24	24	28	31	31	31
<b>N° de plazas-camas</b>	53	53	62	67	67	67

### 2.5.2 Oferta proyectada

Se realiza el análisis de tendencia de la oferta histórica mediante la aproximación lineal, exponencial y logarítmica. De las cuales se elige la tercera, ya que como se muestra en la Tabla 16, es la que tiene mayor coeficiente de determinación, es decir los datos tienen un mejor grado de ajuste con respecto a la recta trazada sobre estos, tal como se observa en la Figura 22. Asimismo, ahí se visualiza la ecuación que se utilizará para la proyección de la demanda anual histórica.

Tabla 16. *Análisis de la tendencia de la oferta histórica*

Tendencia	Coeficiente de determinación R <sup>2</sup>
Lineal	0.8304
Exponencial	0.8235
<b>Logarítmica</b>	<b>0.8306</b>



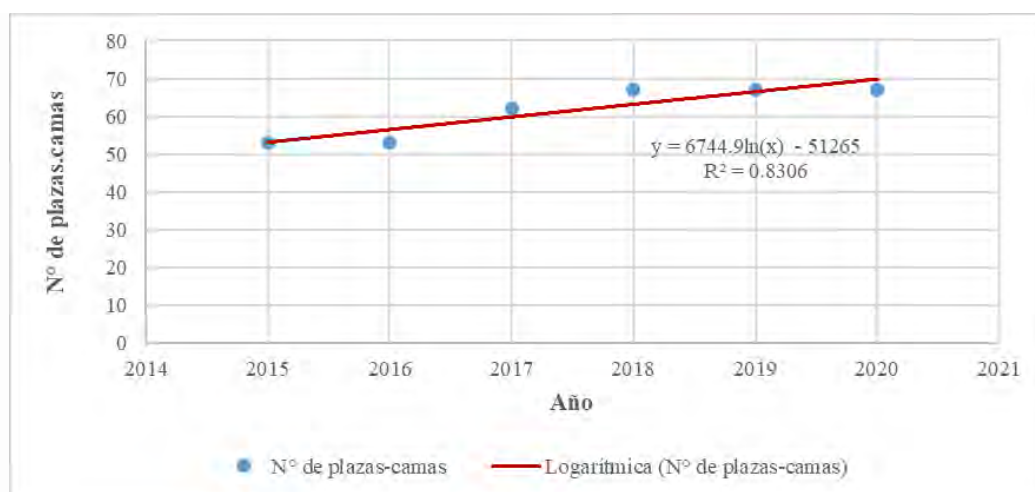


Figura 22. Análisis de la tendencia de la oferta histórica

Se calcula la proyección de la demanda desde el 2022 hasta el 2031, es decir para 10 años (ver anexo G). En la Tabla 17 se muestran los datos de la oferta histórica proyectada, expresada en número de pernотaciones mensuales.

Tabla 17. Oferta proyectada a turistas

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
<b>Enero</b>	2356	2449	2573	2666	2759	2883	2976	3069	3193	3286
<b>Febrero</b>	2128	2212	2324	2408	2492	2604	2688	2772	2884	2968
<b>Marzo</b>	2356	2449	2573	2666	2759	2883	2976	3069	3193	3286
<b>Abril</b>	2280	2370	2490	2580	2670	2790	2880	2970	3090	3180
<b>Mayo</b>	2356	2449	2573	2666	2759	2883	2976	3069	3193	3286
<b>Junio</b>	2280	2370	2490	2580	2670	2790	2880	2970	3090	3180
<b>Julio</b>	2356	2449	2573	2666	2759	2883	2976	3069	3193	3286
<b>Agosto</b>	2356	2449	2573	2666	2759	2883	2976	3069	3193	3286
<b>Septiembre</b>	2280	2370	2490	2580	2670	2790	2880	2970	3090	3180
<b>Octubre</b>	2356	2449	2573	2666	2759	2883	2976	3069	3193	3286
<b>Noviembre</b>	2280	2370	2490	2580	2670	2790	2880	2970	3090	3180
<b>Diciembre</b>	2356	2449	2573	2666	2759	2883	2976	3069	3193	3286
<b>Total</b>	<b>27740</b>	<b>28835</b>	<b>30295</b>	<b>31390</b>	<b>32485</b>	<b>33945</b>	<b>35040</b>	<b>36135</b>	<b>37595</b>	<b>38690</b>

En la figura 23 se observa una oferta creciente en los próximos años con un pico de 3,286 plazas en el 2031. Esto se explica por el incremento en la demanda de los turistas de naturaleza, a causa del contexto actual y a la necesidad de liberarse del estilo de vida acelerado, que suele llevar al público al que está enfocado este proyecto.

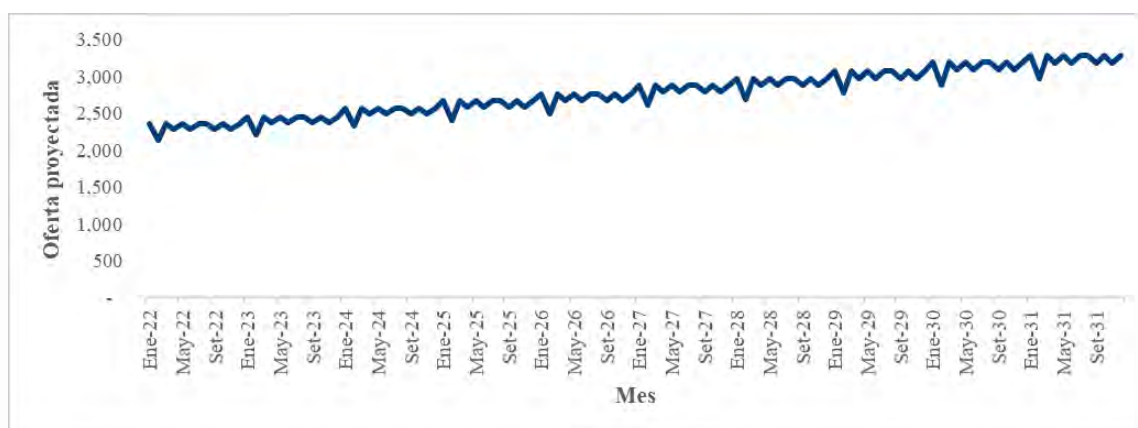


Figura 23. Proyección de la oferta

## 2.6 Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha se obtiene en base a la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta proyectada. El resultado se encuentra expresado en pernoctaciones mensuales en un horizonte de 10 años.

Tabla 18. Proyección de la demanda insatisfecha de turistas nacionales

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
<b>Enero</b>	4523	5346	6145	6983	7828	8649	9508	10374	11216	12096
<b>Febrero</b>	3864	4570	5254	5972	6697	7399	8137	8879	9600	10356
<b>Marzo</b>	3267	3907	4521	5173	5831	6464	7133	7808	8458	9144
<b>Abril</b>	3128	3736	4319	4939	5564	6165	6800	7441	8058	8710
<b>Mayo</b>	2853	3426	3972	4556	5145	5708	6307	6910	7489	8104
<b>Junio</b>	3257	3868	4455	5077	5704	6307	6945	7590	8209	8863
<b>Julio</b>	3797	4476	5130	5820	6516	7187	7897	8611	9300	10028
<b>Agosto</b>	3583	4227	4847	5502	6164	6801	7474	8152	8806	9497
<b>Septiembre</b>	3096	3666	4212	4794	5381	5942	6538	7141	7718	8330
<b>Octubre</b>	3045	3610	4148	4723	5303	5859	6449	7045	7614	8220
<b>Noviembre</b>	2976	3520	4038	4592	5151	5685	6254	6828	7377	7960
<b>Diciembre</b>	2829	3356	3857	4394	4936	5451	6002	6558	7087	7653
<b>Total</b>	<b>40218</b>	<b>47708</b>	<b>54898</b>	<b>62525</b>	<b>70220</b>	<b>77617</b>	<b>85444</b>	<b>93337</b>	<b>100932</b>	<b>108961</b>

En la Tabla 18, se observa que existe una demanda insatisfecha positiva. Asimismo, tal como se muestra en la Figura 24, los resultados muestran una tendencia creciente,

representando una oportunidad para el proyecto del Fundo Agroturístico. Además, habría oportunidad para el proyecto incluso si ingresaran competidores al mercado, dado que la demanda insatisfecha proyectada es significativa.

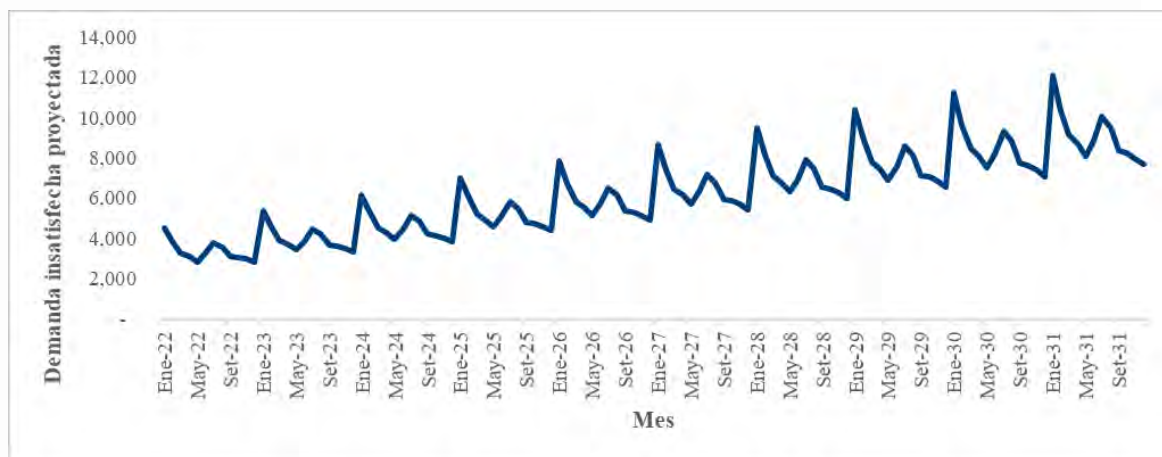


Figura 24. Proyección de la demanda insatisfecha

## 2.7 Demanda del proyecto

La demanda calculada anteriormente es toda la que idealmente se podría cubrir asumiendo que no ingresará ningún competidor al mercado. De esta se tomará solo un porcentaje para la demanda del proyecto. Como se explicó en un inicio, el sector turismo de naturaleza y turismo alternativo muestra una tendencia creciente en los últimos años, y más aún en los sucesivos debido a las medidas de bioseguridad que están adoptando los turistas y optan por lugares amplios y con actividades al aire libre. Por otro lado, los turistas y la población en general están pasando por una recuperación económica debido a la pandemia. Es por ello que se adoptará una postura conservadora y solo se tomará un 5% de la demanda insatisfecha, con un crecimiento anual de 1% (ver Tabla 19).

Para obtener la demanda del proyecto, se multiplica la demanda insatisfecha por los porcentajes mencionados.

Tabla 19. *Demanda del proyecto*

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
<b>Enero</b>	226	321	430	559	705	865	1046	1245	1458	1693
<b>Febrero</b>	193	274	368	478	603	740	895	1065	1248	1450
<b>Marzo</b>	163	234	316	414	525	646	785	937	1100	1280
<b>Abril</b>	156	224	302	395	501	617	748	893	1048	1219
<b>Mayo</b>	143	206	278	364	463	571	694	829	974	1135
<b>Junio</b>	163	232	312	406	513	631	764	911	1067	1241
<b>Julio</b>	190	269	359	466	586	719	869	1033	1209	1404
<b>Agosto</b>	179	254	339	440	555	680	822	978	1145	1330
<b>Septiembre</b>	155	220	295	384	484	594	719	857	1003	1166
<b>Octubre</b>	152	217	290	378	477	586	709	845	990	1151
<b>Noviembre</b>	149	211	283	367	464	569	688	819	959	1114
<b>Diciembre</b>	141	201	270	352	444	545	660	787	921	1071
<b>Total</b>	<b>2011</b>	<b>2862</b>	<b>3843</b>	<b>5002</b>	<b>6320</b>	<b>7762</b>	<b>9399</b>	<b>11200</b>	<b>13121</b>	<b>15255</b>

En la Figura 25 se muestra que la demanda del proyecto tiene una tendencia creciente entre el 2022 y 2031. Además, esta presenta picos en los meses de enero y julio, información que será considerada para el cálculo de la capacidad del establecimiento en el estudio técnico.

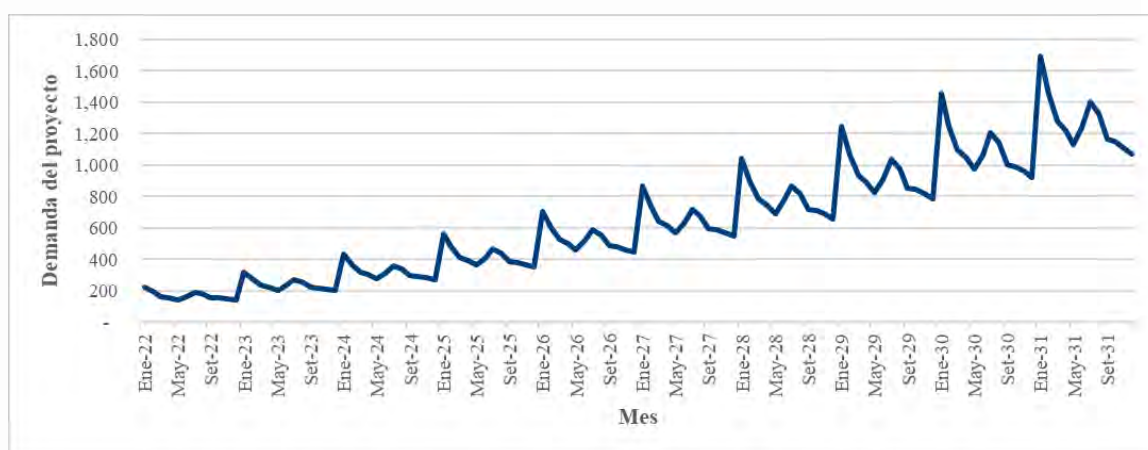


Figura 25. *Demanda del proyecto*

## 2.8 Comercialización

Se realizará el plan de mercadotecnia del servicio tomado como base una encuesta aplicada. Se siguió una metodología de muestreo aleatorio simple tal como se detalla a continuación:

Fórmula utilizada:

$$n = \frac{z^2 \times p \times q}{e^2}$$

Donde:

n = muestra representativa

z = nivel de confianza esperado (para 95% es 1.96)

p = probabilidad de ocurrencia

q = complemento de p (1 - p)

m = límite aceptable del error mastral (5%)

Se procede a calcular la muestra

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times (1 - 0.5)}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

$$n = 385 \text{ encuestas}$$

Para que los datos sean confiables se obtuvieron 385 respuestas luego de haber aplicado los filtros pertinentes. En base a dichas respuestas, se plantearán propuestas para este y los posteriores capítulos.

### **2.8.1 Plaza**

En este apartado se considera la ubicación óptima para la implementación del proyecto, la gestión de proveedores y la gestión de inventarios.

Relacionado al primer punto, se conoce que será llevado a cabo en el norte del país, en la región La Libertad. Sin embargo, la ubicación exacta será analizada en el estudio técnico, tomando en consideración diversos indicadores y aspectos de la zona.

En cuanto a la gestión de proveedores, como se mencionó en el capítulo anterior, el establecimiento podrá abastecerse de insumos para el servicio de alimentación con productos del mismo fundo. Asimismo, contará con proveedores locales o de la región para la compra de insumos agrícolas y otros productos necesarios para el óptimo funcionamiento del fundo. La selección de estos proveedores se hará basada en la calidad de los productos que ofrecen, el tiempo de abastecimiento y la capacidad de abastecimiento.

Finalmente, para la gestión de inventarios se tomará decisiones basadas en la información e indicadores que surjan del ERP, principalmente se harán proyecciones respecto al consumo promedio de insumos en un determinado rango de tiempo.

### 2.8.2 Precio

Se pretende abordar una estrategia de precio según el valor percibido por el cliente. Como se describió en el apartado 2.3.2, el Fondo Agroturístico brindará una variedad de servicios, garantizando la excelencia en la calidad y atención, que le permitirán diferenciarse y justificar los precios asignados. Además, esto concuerda con los precios que estarían dispuestos a pagar los encuestados. Por otro lado, debido a que el servicio principal es el agroturístico, se le asigna un precio de manera independiente. Sin embargo, para captar más clientes y generar mayores ganancias a la empresa, los turistas tendrán que pagar el paquete completo de servicios (actividades agroturísticas, alojamiento y alimentación) para acceder al fundo, ya que no son excluyentes. De este modo, en las Tablas 20 y 21 se presentan los costos de los lugares de pernoctación además del costo de los servicios agroturísticos y el detalle de lo que incluye. El costo fijo de alimentación es de S/ 55.

Tabla 20. Precios por noche en los lugares de pernoctación del Fondo Agroturístico

Lugar de pernoctación	Precio por noche (S/)
Cabaña matrimonial	175
Cabaña doble	150
Cabaña triple	135
Grupal	79

Tabla 21. Precio de los servicios agroturísticos por día

Servicios agroturísticos	Precio por día (S/x persona)
Actividades en chacra, huerta y granja	120
Taller de elaboración de alimentos	

### 2.8.3 Promoción

Como no se cuenta con competidores que ofrezcan los mismos servicios que el proyecto, hay mayor oportunidad de posicionar el fundo captando clientes interesados en una propuesta novedosa. Es por ello que se propone realizar una campaña agresiva de publicidad, principalmente a través de redes sociales. El objetivo principal de esta es mostrar al mercado el servicio diferenciado que se ofrece.

Se utilizará la herramienta de marketing *Facebook Ads*, esta es una plataforma de anuncios muy utilizada por todo tipo de negocios, desde emprendimientos hasta grandes empresas debido al alcance que tiene y a que se puede delimitar el público al que se quiere abordar. En paralelo, un *community manager* se encargará de la atención en redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp), tanto de la publicación de contenido como de responder consultas de los potenciales clientes. También se implementará una página web, ya que esto le da mayor credibilidad y confianza al turista al momento de buscar información. Se abordará principalmente las estrategias de publicidad digital debido a que el 54% y 48% de turistas buscan información en internet antes de elegir su próximo destino de viaje.

Asimismo, se tendrá presencia en buscadores web se establecimientos agroturísticos, como Booking.com y Tripadvisor.com, permitiendo que los turistas de naturaleza y turismo alternativo puedan encontrar al fundo dentro de sus principales opciones de búsqueda. Este canal también facilitará el proceso de compra.

Finalmente, para atraer a los turistas de las regiones colindantes, como Cajamarca y Lambayeque, se publicitará la marca a través de la radio local de dichas regiones.



### Capítulo 3: Estudio Técnico

En este capítulo se definirá los aspectos técnicos de la localización del establecimiento mediante un análisis de macro y micro localización, además de la evaluación del espacio requerido y las características específicas del Fundo Agroturístico. Asimismo, se planteará los procesos y requerimientos que garanticen la calidad de los servicios a ofrecer.

#### 3.1 Localización

Tal como se mencionó, el proyecto se implementará en la región La Libertad, así que es pertinente analizar la macrolocalización a nivel de las provincias de dicha región, según ciertos criterios, para definir cuál es la más adecuada y en base a ello realizar el análisis de microlocalización a nivel de distritos. Para ambos casos, se seguirá el Proceso de Análisis Jerárquico (AHP, por sus siglas en inglés), desarrollado por Thomas L. Saaty, en el que se emplea una matriz pareada mediante la jerarquización de factores y criterios para la toma de decisiones (Berumen & Llamazares, 2007).

##### 3.1.1 Macrolocalización

La extensión de áreas cultivables y la variedad de cultivos son características fundamentales para la elección de las provincias que serán evaluadas por el análisis de macrolocalización. Asimismo, se consideró el clima como otro criterio de elección debido a que los turistas nacionales optan por viajar a la región la Libertad por ser una zona cálida, tal como se mencionó en los capítulos anteriores. En este sentido, las provincias que siguieron el análisis fueron Chepén, Pacasmayo, Ascope y Virú. Estas fueron evaluadas bajo los factores que se detallan en la Tabla 22 y se ponderaron mediante el método de Comparaciones Pareadas (Ver Anexo H).

Tabla 22. *Criterios de macrolocalización*

Factor		Criterio	Peso
Agricultura	A1	Área cultivable	21%
	A2	Variedad de cultivos	21%
Ambiental	AM1	Condiciones climatológicas	14%
	AM2	Nivel de contaminación	8%
Laboral	L1	Disponibilidad de mano de obra	6%
	L2	Mano de obra calificada	7%
Infraestructura	I1	Disponibilidad de servicios básicos	6%
	I2	Cobertura de servicios de comunicación	5%
Social	S1	Servicios médicos	4%
	S2	Seguridad pública	3%
Operacionales	O1	Estado de vías de transporte	3%
	O2	Variedad de empresas de transporte	1%
	O3	Proximidad a la ciudad	1%
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>

Siguiendo los criterios anteriores, las alternativas recibieron un puntaje en una escala del 0 al 10 según su importancia. De esta evaluación se obtuvo que la mejor alternativa para el desarrollo del proyecto es la provincia Pacasmayo, tal como se detalla en la Tabla 23.

Tabla 23. Análisis de *criterios de macrolocalización*

Criterios	A1	A2	AM1	AM2	L1	L2	I1	I2	S1	S2	O1	O2	O3	Puntaje
<b>Porcentajes</b>	21%	21%	14%	8%	6%	7%	6%	5%	4%	3%	3%	1%	1%	
<b>Chepén</b>	7	7	7	7	9	7	7	8	9	8	9	9	8	7.37
<b>Pacasmayo</b>	7	8	8	7	9	10	7	8	8	5	8	9	8	<b>7.78</b>
<b>Ascope</b>	8	5	8	3	5	6	8	7	6	8	8	8	6	6.51
<b>Virú</b>	9	9	6	5	5	6	6	7	7	6	7	6	7	7.25

Uno de los factores que justifica esta elección es el área cultivable de la provincia Pacasmayo, teniendo a disposición 19,607.26 hectáreas para las campañas agrícolas; además, el clima favorece al cultivo de una gran variedad de productos como: arroz, maíz amarillo, menestras, hortalizas, frutales, cereales, etc. (Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico Nacional, 2011). Asimismo, otro factor corresponde a las condiciones climatológicas, ya que en la mayor parte del año la temperatura se mantiene entre 16°C y 27°C, lo cual, a diferencia

de otras provincias que llegan a alcanzar los 31°C, configura un clima cómodo incluso para los habitantes de la zona (Weather Spark, 2021).

### 3.1.2 Microlocalización

Para el análisis de microlocalización se consideraron los distritos San José, Guadalupe y San Pedro de Lloc, ya que son los que cuentan con una producción de frutales más diversa. La elección del distrito fue por medio de factores relacionados a la localización y el terreno. De igual forma que en la macrolocalización, se utilizó el Proceso de Análisis Jerárquico (Berumen & Llamazares, 2007) (ver Anexo I), cuyo resultado se detalla en la Tabla 24.

Tabla 24. *Criterios de microlocalización*

Factor	Criterio		Peso
Terreno	T1	Precio del terreno (Soles por m2)	26%
	T2	Disponibilidad de terreno	28%
	T3	Accesibilidad a servicios básicos	15%
Localización	L1	Variedad de frutales cultivables	18%
	L2	Distancia a la ciudad	12%
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>

En la Tabla 25 se observa que el distrito de San José es el más adecuado para la implementación del proyecto. Esto se debe a que en dicho lugar se cuenta con terrenos a precios accesibles y es factible producir diferentes variedades de frutas, lo cual resultará atractivo para el centro agroturístico. Además, a 10 min del terreno elegido, se encuentra el Bosque Natural “El Cañoncillo”, que diariamente es visitado por turistas locales y podrían ser captados para ofrecerles el servicio de alojamiento dentro del fundo.

Tabla 25. *Análisis de criterios de microlocalización*

<b>Criterios</b>	<b>T1</b>	<b>T2</b>	<b>T3</b>	<b>L1</b>	<b>L2</b>	<b>Puntaje</b>
<b>Porcentajes</b>	26%	28%	15%	18%	12%	
San José	10	10	8	8	7	<b>8.98</b>
Guadalupe	6	7	8	6	9	6.94
San Pedro de Lloc	7	6	7	9	7	7.08

### 3.2 Tamaño

El tamaño del centro agroturístico estará determinado por el dimensionamiento de 4 sectores o zonas. El sector agroturístico, que corresponde al área cultivable y de crianza de animales. El sector de alojamiento, el cual incluye las cabañas donde pernoctarán los turistas. El sector de esparcimiento, que consta de las áreas verdes y de recreación. Por último, el sector de administración y servicios.

#### 3.2.1 Sector agroturístico

En la presente tesis se evaluará el desarrollo del proyecto en un terreno propio. Este se encuentra ubicado en distrito San José de Pacasmayo. El fundo cuenta con un área de 264,083.80 m<sup>2</sup>, es decir 26.4 ha (hectáreas), de las cuales 20.4 ha corresponden al sector agroturístico (Ver Anexo J). La extensión en m<sup>2</sup> de cada una de estas zonas se detallan en la Tabla 26.

Tabla 26. *Área sector agroturístico*

<b>Sector</b>	<b>Zona</b>	<b>Área (m<sup>2</sup>)</b>
<b>Agroturístico</b>	Plantación de papaya	140000
	Plantación de palta	50000
	Vivero	5000
	Huerta (frutales varios)	4000
	Granja	5000
<b>Total</b>		<b>204000</b>

### 3.2.2 Sector alojamiento

El sector alojamiento estará dimensionado en base a la demanda del proyecto. El número de cabañas será calculado a partir de las pernoctaciones máximas diarias proyectadas en el horizonte del proyecto, es decir desde el 2022 hasta el 2031. Este valor fue obtenido de la división del número mensual de pernoctaciones entre el número de días de cada mes. De ello, se escogió el valor más alto por año, y finalmente el valor anual más alto del horizonte del proyecto. En la Tabla 27 se observa que, en los 10 años del proyecto, habrá un máximo de 54 pernoctaciones.

Tabla 27. *Pernoctaciones máximas anuales*

2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
7.00	10.00	13.00	18.00	22.00	27.00	33.00	40.00	47.00	<b>54.00</b>

Para el cálculo del número de cabañas según el tipo, se utilizó la proporción obtenida de la encuesta aplicada en el Capítulo 1: Estudió Estratégico, los resultados se muestran en la Tabla 28. Los encuestados indicaron con quien les gustaría estar acompañados durante su estadía en el centro agroturístico y en qué tipo de cabaña se alojarían. Aquellas personas que acudirían en pareja indicaron que se hospedarían en cabañas matrimoniales, es por ello que al momento de calcular el número de cabañas necesarias se dividieron las pernoctaciones entre dos. El número de cabañas de tipo doble, triple y grupal se halló dividiendo la distribución de pernoctaciones entre el número de camas por cabaña.

Tabla 28. *Proporción por tipo de cabaña*

Tipo de cabaña	Proporción obtenida de la encuesta	Máximo de pernoctaciones en el horizonte	Distribución de pernoctaciones	Nº Plazas-cama	Nº de cabañas
Cabaña matrimonial	19.55%	54.00	11	1	6
Cabaña doble	5.26%		3	2	2
Cabaña triple	55.26%		30	3	10
Cabaña grupal	19.93%		11	10	2

El Reglamento para Establecimientos de Hospedajes (MINCETUR,2019) especifica los requerimientos mínimos para cabañas y bungalows. Sin importar el tipo, cada cabaña debe tener como mínimo un baño privado con ducha revestida de material impermeable y con una altura de 1.80 m, además de contar con una terraza. La Tabla 29 muestra el área mínima requerida por ambiente.

Tabla 29. *Área mínima por ambiente*

Ambiente	Área mínima (m <sup>2</sup> )
Dormitorios simples	11
Dormitorios dobles	14
Terraza	6
Baño con ducha	4

Adaptado de MINCETUR (2019): Reglamento para Establecimientos de Hospedajes

La amplitud de cada ambiente por tipo de cabaña estará basada en los requerimientos mínimos de la Tabla 29. Se aplicó un sobredimensionamiento de 30% al área de las habitaciones, debido a la ventilación requerida como protocolo de bioseguridad ante la Covid-19 y a la comodidad que se quiere brindar al cliente pese a que el alojamiento no es el servicio principal del proyecto. Esto se decidió a criterio personal, ya que no hay bibliografía respecto a la infraestructura de espacios en un escenario durante o post pandemia. Asimismo, se aplicó un área adicional de 12% al área total de los ambientes. Este porcentaje se obtuvo a partir del diseño de los 4 tipos de habitaciones, teniendo en consideración un error de +/- 0,5 m<sup>2</sup> de las

áreas interiores, además, se definió que las paredes tendrán un ancho de 10 cm. El 12% es el promedio de la diferencia entre el área total y el área interior de cada tipo de habitación. El área verde está contemplada en el Sector de esparcimiento, por ello no se consideró en este cálculo. En la Tabla 30 y 31 se puede observar el área calculada por ambiente, según el tipo de cabaña y el área total requerida para el sector alojamiento.

Tabla 30. Área sector alojamiento (sobredimensionamiento por protocolos de bioseguridad)

Tipo de cabaña	% Sobredim.	Habitación (m <sup>2</sup> )	Baño (m <sup>2</sup> )	Terraza (m <sup>2</sup> )	Total ambientes (m <sup>2</sup> )
Cabaña matrimonial	30%	14.3	4	6	24.3
Cabaña doble		18.2	4	6	28.2
Cabaña triple		22	4	6	32
Cabaña grupal		34	4	6	44

Tabla 31. Área sector alojamiento (sobredimensionamiento por paredes)

Tipo de cabaña	% Sobredim. Paredes	Área cabaña (m <sup>2</sup> )	Nº de cabañas	Total Sector Alojamiento (m <sup>2</sup> )
Cabaña matrimonial	12%	27.2	6	163.4
Cabaña doble		31.6	2	63.2
Cabaña triple		35.9	10	358.6
Cabaña grupal		49.3	2	98.6
			<b>TOTAL</b>	<b>683.8</b>

### 3.2.3 Sector de esparcimiento

Este sector se compone de las zonas en las que el turista puede realizar actividades al aire libre, adicionales a los espacios agroturísticos. En la Tabla 32 se observan las dimensiones de cada zona, donde las áreas verdes, la zona de camping y las lagunas, ocupan mayor espacio. Esto fue pensado en ofrecer un entorno más natural.

Tabla 32. Área sector de esparcimiento

Sector	Zona	Área (m <sup>2</sup> )
Esparcimiento	Área de paseo a caballo	2500
	Lagunas	10000
	Piscina para adultos	1000
	Piscina para niños	200
	Áreas verdes	17110
	Zona de juegos infantiles	2800
	Cancha de fútbol	3000
	Cancha de voley	486
	Estacionamiento de cuatrimotos	500
	Área de paseo en cuatrimotos	9000
	Zona de camping	7000
	Zona de fogata	1500
	<b>Total</b>	<b>55096</b>

### 3.2.4 Sector de administración y servicios

En este sector, se dimensionan las áreas de los servicios complementarios, como el restaurante, la sala de conferencias/eventos y el quiosco de productos del fundo. El área de los espacios compartidos fue calculada con un sobredimensionamiento para garantizar las medidas de bioseguridad y la comodidad de los clientes. También se estimaron las áreas de las zonas de administración, esto incluye los espacios para el personal administrativo y el almacén central. Las especificaciones de las instalaciones de este sector se presentan en el Anexo K. La Tabla 33 presenta el área correspondiente a cada instalación, ocupando un total de 4304 m<sup>2</sup>.



Tabla 33. Área sector de administración y servicios

Sector	Instalación	Cantidad (unidades)	Área (m <sup>2</sup> )	Subtotal (m <sup>2</sup> )
Servicios	Restaurante	1	1800	2260
	Quiosco de productos del fundo	1	20	
	Servicios higiénicos damas	2	40	
	Servicios higiénicos caballeros	2	40	
	Hall de recepción	1	80	
	Servicios higiénicos damas	1	15	
	Servicios higiénicos caballeros	1	15	
	Sala de conferencia y eventos	1	250	
Administrativo	Oficinas administrativas	3	50	290
	Sala de reuniones	1	40	
	Almacén central	1	100	
	Comedor de personal	1	70	
	Servicios higiénicos damas	1	15	
	Servicios higiénicos caballeros	1	15	
Otros	Playa de estacionamiento	1	1500	1754
	Estación de seguridad y vigilancia	1	14	
	Veredas externas	1	150	
	Estación de fertilización y agua	1	60	
	Almacén de comida y bebidas	1	30	
	Almacén de agroquímicos y fertilizantes	1	96	
<b>TOTAL</b>				<b>4304</b>

### 3.2.5 Área total requerida

Los 4 sectores en el cual estará dividido el Fundo Agroturístico comprende un área total de 264,083.80 m<sup>2</sup>, equivalente a 26.4 hectáreas. siendo esta el área requerida para la implementación del proyecto. El detalle se muestra en la Tabla 34.

Tabla 34. Dimensión total del proyecto.

Sector	Área (m <sup>2</sup> )
Agroturístico	204,000
Alojamiento	683.80
Esparcimiento	55,096
Administración y servicios	4,304
<b>Total</b>	<b>264,083.80</b>

### 3.3 Características físicas

Las características físicas del centro agroturístico se determinarán tomando como base el Reglamento para Establecimientos de Hospedajes elaborado por Mincetur (Mincetur, 2019), ver Anexo K. Este apartado analizará la infraestructura, el equipamiento y la distribución de las zonas e instalaciones de los sectores.

#### 3.3.1 Infraestructura

Se definirá la infraestructura para los sectores alojamiento, y administración y servicios. Para ambos se establecerán las características de cada instalación, es decir, las dimensiones específicas, los materiales de construcción a utilizar, la arquitectura y los acabados. El diseño y los materiales tendrán que estar acorde con el entorno natural que se busca mostrar al cliente.

##### a) Sector alojamiento

Las especificaciones físicas varían según el tipo de cabaña. Dado que la capacidad de cada una es distinta, la diferencia entre cabañas radica tanto en las dimensiones como la distribución de los elementos. En la Tabla 35 se muestra las dimensiones de cada espacio de pernoctación.

Tabla 35. *Infraestructura de cabañas.*

Tipo de cabaña	Dimensiones				
	Habitación (m <sup>2</sup> )	Baño (m <sup>2</sup> )	Terraza (m <sup>2</sup> )	Altura (m)	Paredes (m)
Matrimonial	14.3	4	6	2.5	0.1
Doble	18.2	4	6	2.5	0.1
Triple	22	4	6	2.5	0.1
Grupal	34	4	6	2.5	0.1

Las paredes de las habitaciones y terrazas serán construidas con bambú o caña de guayaquil, como se lo conoce en el Perú. Se optó por este material por ser económica y abundante en el país, además de ser ecoamigable, un excelente aislante térmico y acústico y sismorresistente debido a la flexibilidad que posee (Moran, 2015). Por otro lado, el baño estará construido con material noble y recubierto con mayólica, según las indicaciones del Reglamento para Establecimientos de Hospedajes elaborado por Mincetur (Mincetur, 2019). Las características de cada tipo de cabaña se detallan en las Tabla 36.

Tabla 36. *Infraestructura de cabañas.*

Dimensiones		Características	
Altura (m)	2.5	Cimiento de concreto ciclópeo	Baño recubierto con mayólica
		Paredes de bambú, techo de hojas de palmera	Habitación con piso de bloqueta
Paredes (m)	0.1	Ventanas con marco de madera pino	Terraza con piso de grass natural
		Puerta de madera pino	Closet/cómoda de madera no empotrado
		Baño con paredes y piso de concreto	Acceso a servicios básicos, además de cable y wifi

El layout con la distribución de los ambientes de cada cabaña se visualiza en las Figuras 26,27,28 y 29.

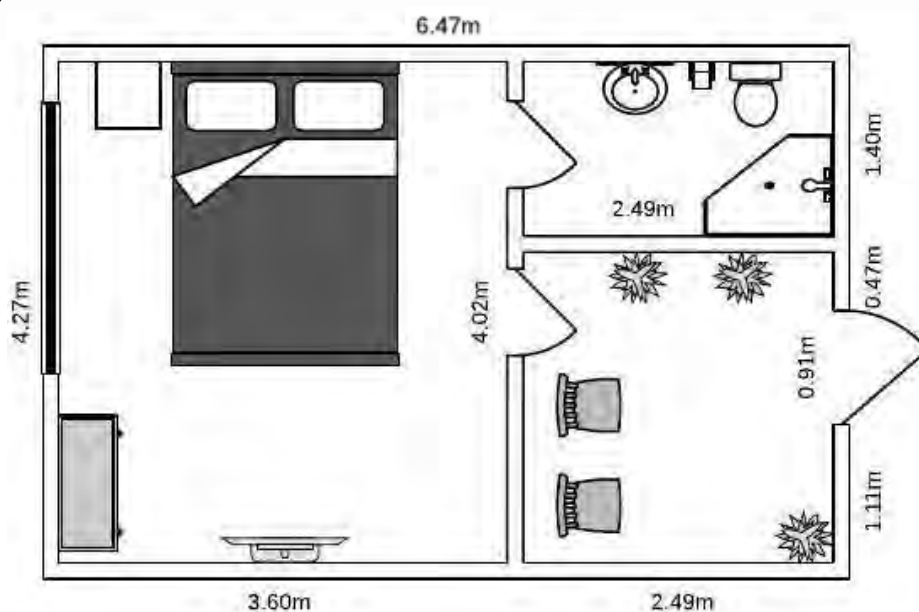


Figura 26. Layout de cabaña matrimonial

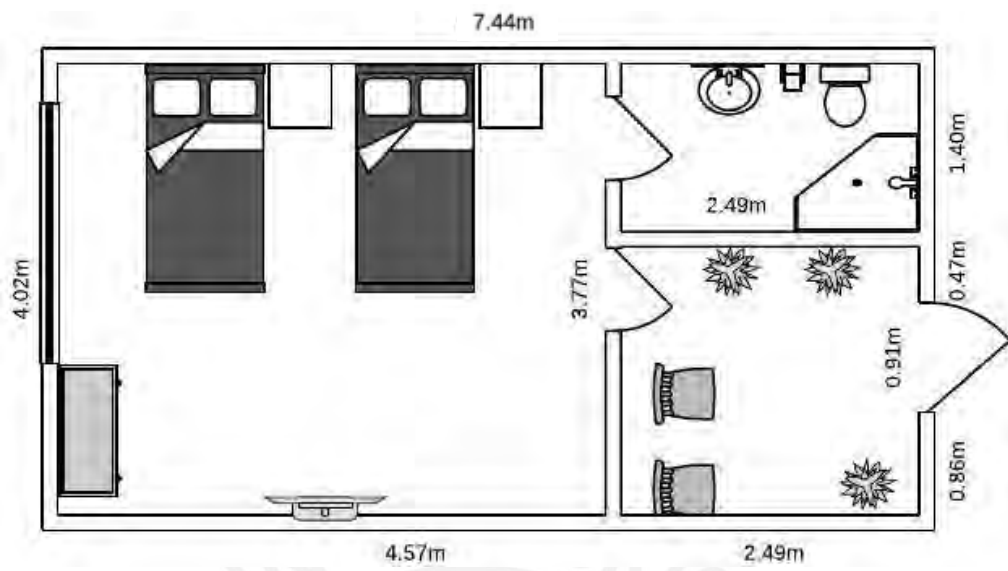


Figura 27. Layout de cabaña doble

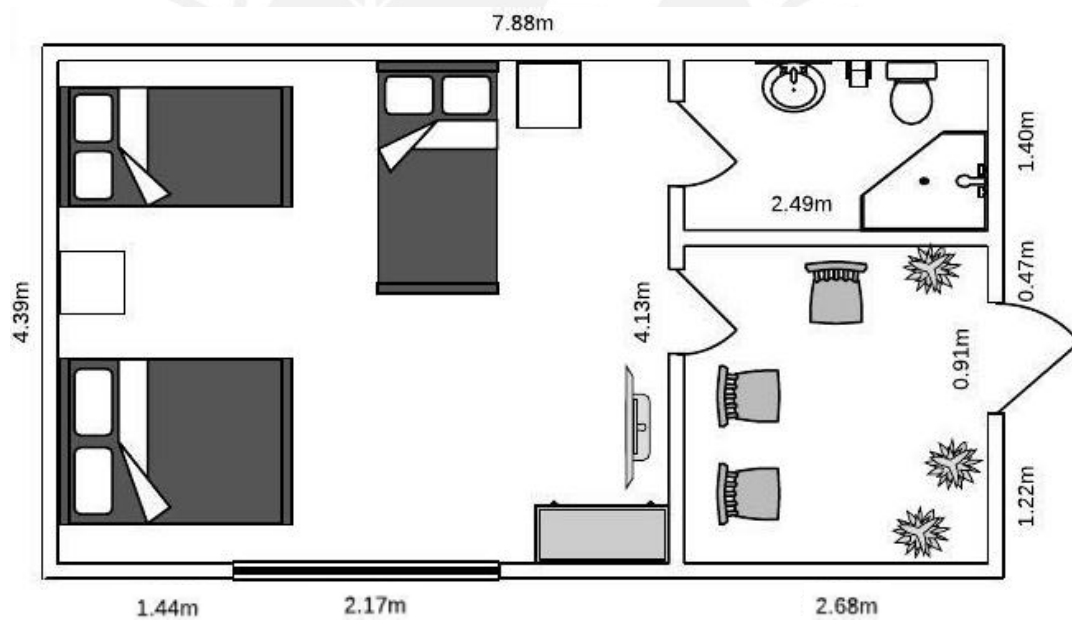


Figura 28. Layout de cabaña triple

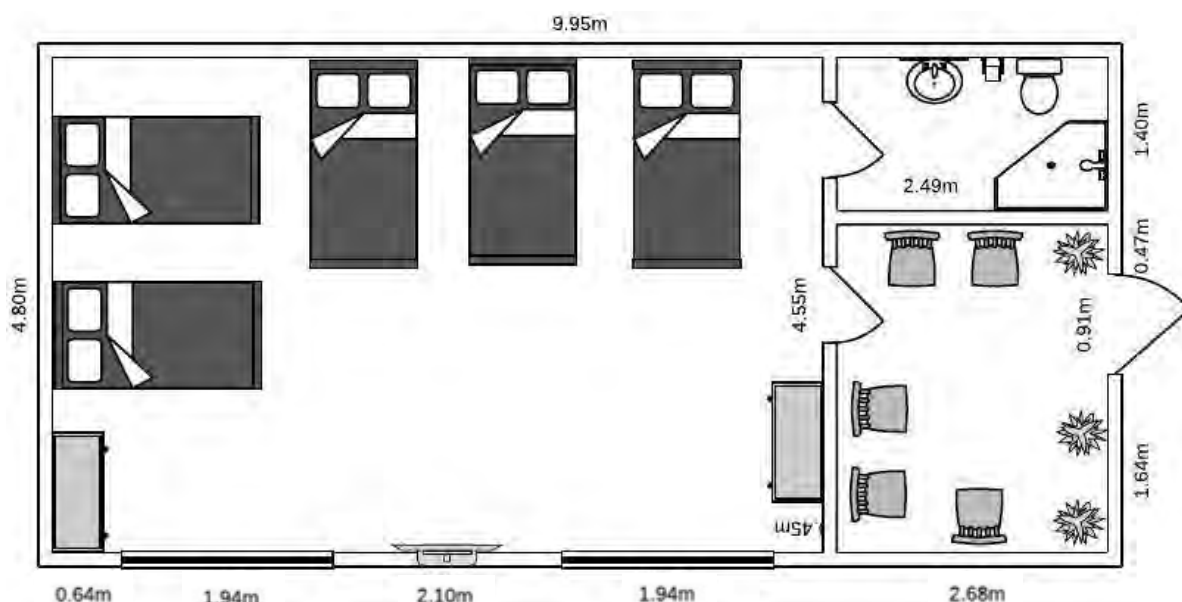


Figura 29. Layout de cabaña grupal

### b) Sector de administración y servicios

En este sector se agruparon las instalaciones con características similares y/o por ubicación para estandarizar el diseño de la infraestructura. En el Anexo M se detallan las características físicas por grupo de edificaciones.

### 3.3.2 Equipamiento

En este punto se detallarán los insumos químicos y alimentos balanceados necesarios para sostener el servicio agroturístico, también se presentará la maquinaria y equipos para el óptimo funcionamiento del establecimiento.

#### a) Agroquímicos, fertilizantes y alimentos balanceados

En la Tabla 37 se listan los agroquímicos y fertilizantes y su cantidad necesaria por hectárea para mantener las plantaciones de papaya y palta durante un mes. Asimismo, las

cantidades de alimentos balanceados corresponden al consumo semanal de los animales de la granja. Los precios que se muestran, fueron obtenidos directamente de los distribuidores con sede en la provincia de Pacasmayo, los cuales garantizan la legitimidad, calidad y precios de los productos acorde al mercado (Ver Anexo L).

Tabla 37. Agroquímicos, fertilizantes y alimentos balanceados para el sector agroturístico

Tipo	Insumo	Unidad de medida	Cantidad (unidades)	Precio Unitario (S/)
AGROQUÍMICOS / FERTILIZANTES	Nitrato de amonio	Kg	25	1.28
	Sulfato de amonio	Kg	25	0.8
	Sulfato de magnesio	Kg	12.5	1.04
	Máximo	Litros	1.65	180
	Kelp max	Litros	1.65	120
	Carbendazina	Litros	1.03	45
	Packar	Litros	2	38
	Abamex	Litros	0.8	80
	Breakthru	Litros	0.4	110
	Peón	Tareas	2.5	40
	Sulfato de potasio	Kg	12.5	2.4
	Iguana	Litros	0.3	30
	Sulfato de cobre	Kg	5	10
	Ácido fosfórico	Litros	0.1	7.7
	Ethrel	Litros	0.04	290
	Kadzumin	Litros	5	72
	Dydan	Litros	0.6	145
	Isabiom	Litros	2.35	95
	Fertiloncombi	Kg	1.18	85
	Nitrato de calcio	Kg	25	1.82
Folizyme	Litros	5	290	
Foliogol	Litros	1.75	90	
Sugarmover	Litros	2.5	48	

Tabla 37 (Continuación). Agroquímicos, fertilizantes y alimentos balanceados para el sector agroturístico

Tipo	Insumo	Unidad de medida	Cantidad (unidades)	Precio Unitario (S/)
AGROQUÍMICOS / FERTILIZANTES	Promet boro	Litros	1	43
	Promet calcio	Litros	1	43
	Protexin	Litros	0.8	45
	Nisaron	Sobre	4	50
	Nitrato de potasio	Kg	25	3.44
	Sportak	Litros	0.6	280
	Orius 430	Litros	0.6	178
	Cinamite	Litros	1.6	114.41
	Intruder	Litros	0.8	133.05
	Yoda	Litros	0.8	85
	Nativo	Kg	0.7	540
	Acaricida	Litros	0.7	220
	Asadom	Litros	0.35	170
	Cloruro de potasio	Kg	25	1.36
	Pacar	Litros	2	40
	Urea	Kg	20	1.66
	Vydan	Litros	0.3	149
Imidacloprid	Litros	0.6	85	
ALIMENTO BALANCEADO	Inicio	Kg	50	2.2
	Crecimiento	Kg	50	2.8
	Engorde	Kg	50	2.5
	Polvillo	Kg	40	1
	Maiz chancado	Kg	50	1.6

### b) Maquinaria y equipos

En la Tabla 38 se presenta el resumen de la maquinaria y equipos. De los cuales, el Reglamento para Establecimientos de Hospedaje exige contar con el ventiladores y equipos necesarios para los servicios higiénicos. Sin embargo, se ha considerado incluir otros equipos y maquinaria para asegurar la comodidad de los clientes y el óptimo funcionamiento del establecimiento. En el Anexo N se puede ver el detalle por instalación. Los precios han sido obtenidos de los sitios web de tiendas por departamento plazavea.com.pe y sodimac.com.pe, vigentes al 2021.

Tabla 38. *Maquinaria y equipos del centro agroturístico*

Equipo	Cantidad	Especificaciones	Precio Unitario (S/)
Ventilador	49	Ventilador AIR MONSTER 15826	69.90
Controlador DJ	1	DJ controlador Pioneer DDJ-200 inteligente 2 canales, transition fx, puerto usb	619.00
Amplificador de sonido	1	Parlante Amplificador Miray PAM-121 + Mezclador De Audio Miray MAM	499.00
Parlantes	3	Parlante Amplificador Miray PAM-109	199.00
Cocina industrial	1	Cocina Semi Industrial Fadicc Yisse con 3 Hornillas	329.00
Refrigeradora	2	Refrigeradora BLACKLINE Frost 215L 1PD	849.00
Congeladora	1	Congeladora BLACKLINE 316L Chest Freez	999.00
Campana extractora	1	Campana Extractora INDURAMA 90CM CEI-90	639.00
Microondas	1	Horno Microondas OSTER 20L MWO POGGE2703	289.00
Licuada	1	Licuada OSTER 1.5L BLSTKAGNPB053 Silver	209.00
Olla a presión	1	Olla a Presión Oster CKSTPC4692 7 litros 3 Válvulas	289.00
Combo electrodoméstico	1	Combo IMACO Licuadora BL4125, Hervidor KE1801, Sandwichera IST101, Cafetera CM608	289.00
Parrilla	1	Parrilla Cilíndrica con Tapa MR GRILL	99.00
Caño	28	Llave para Lavatorio Baja Málaga FF8253D	14.90
Botes	5	Botes a pedal de fibra de vidrio	750.00
Cuatrimotos	4	Cuatrimoto 12V 4x4 Control 2.4G USB	1599.00
TV 42 pulgadas	23	Televisor BLACKLINE LCD 42" FHD Smart TV 42ST70	1149.00
Sanitario	4	Inodoro One Piece Roma 7 Litros	399.90
Lavatorio	28	Lavatorio Lara Blanco	89.90
Lámpara de noche	30	Lámparas de mesa clásica 1 luz	45.90
Ducha	20	Plato de Ducha ABS 15cm	109.90

### c) Equipos de oficina

Los equipos de oficina que se detallan en la Tabla 39 serán de uso para las oficinas administrativas y las instalaciones de servicios. El detalle por instalación se muestra en el Anexo N. Los precios se obtuvieron de los sitios web de tiendas por departamento plazavea.com.pe, sodimac.com.pe, coolbox.pe, hiraoka.com.pe, lacuracao.pe y falabella.com.pe, vigentes al 2021.



Tabla 39. Equipos de oficina del centro agroturístico

Equipo	Cantidad	Especificaciones	Precio Unitario (S/)
Computadoras	5	Computadora PC Intel Core i5 3.2Ghz Monitor 24" FHD RAM 16GB Disco Duro 1TB	2390.00
Laptop	3	Laptop HP 14-cf2074LA 14" Intel Core i5 8GB 256GB SSD	2499.00
Impresora multifuncional	2	Impresora CANON Pixma G1110 Negro	569.00
TV 42 pulgadas	3	Televisor BLACKLINE LCD 42" FHD Smart TV 42ST70	1149.00
Ecran	2	Ecran de Pared Klip Xtreme KPS-308W 1.52 x 1.52 metros	249.00

#### d) Mobiliario

El mobiliario que se lista en la Tabla 40 responde a la necesidad de cada sector definido. Las especificaciones y precios fueron cotizados en centros mayoristas y tiendas departamentales que garantizan la calidad de del mobiliario, además de ofrecer un precio acorde al mercado El Anexo O muestra los enseres y mobiliario según la instalación de cada sector.

Tabla 40. Mobiliario del centro agroturístico

Equipo	Cantidad	Especificaciones	Precio Unitario (S/)
Escritorio	4	Escritorio con 01 Puerta y Repisa Interna 120cm Simone	279.00
Silla de oficina	4	Silla de Oficina ATP Estructura Ergo Dinámica con Mesh Negro	169.00
Sillas de madera	76	Sillas rústicas de 80 cm de alto	25.00
Sillas de plástico	100	Sillón Plástico POLINPLAST Salsa	29.90
Papelera	35	Papelera REY Magaly #18 Metalizada	24.90
Tacho de residuos orgánicos	5	Tacho Gorila con ruedas N120 automático Gris	346.00
Estante	5	Estante de metal 30x90x175cm Verde	179.90
Extintor	12	Extintores PQS ABC 6 kg	119.90
Pizarra acrílica	3	Pizarra acrílica 120x80 cm	89.90
Vitrina	3	Vitrina de 52x40x80	250.00
Mostrador grande	1	Mostrador de aluminio de 150x100x30	350.00
Macetero con plantas	61	Macetero con plantas variadas	50.00
Juego de muebles	1	Juego de Sala Málaga 3-1 Cuerpos + Banqueta	1899.00

Tabla 40 (Continuación). *Mobiliario del centro agroturístico*

Equipo	Cantidad	Especificaciones	Precio Unitario (S/)
Juegos para niños	4		2000.00
Mesa para 4 personas	17	Mesa de madera para 4 personas	120.00
Mesas para 6 personas	3	Mesa de madera para 6 personas	165.00
Manteles	20	Mantel de mesa VIVA HOME Peva Surtido	5.96
Set de platos	60	Juego de Vajilla Cuadrada Porcelana Blanca 3 piezas	9,98
Set de cubiertos	60	Tenedores 20cm	2.98
Set de cuchillos	60	Cuchillos 21.5cm	3.23
Set de cucharas	60	Cucharas 19.5cm	2.98
Set de vasos	60	Vasos VIVA HOME Acrílico	4.95
Set de tazas	60	Mugs Mix Colores	10.95
Set de copas	50	Copa de Gin&Tonic VIVA HOME	8.33
Set de utensilios de cocina	10	Juego de Utensilios 25099/004	44.90
Uniformes de cocina	5	Uniformes de cocina	45.00
Uniformes de meseros	6	Uniformes de meseros	30.00
Espejo	26	Espejo Chicago 50 x 40.1 cm	19.90
Sillas de piscina	15	Sillas de madera para piscina color blanco	250.00
Bancas de áreas verdes	15	Bancas madera y fierro	450.00
Atril	1	Podio de melamina	380.00
Cama Queen Size	6	Cama Europea FORLI Boreal SS Pocket Queen	1299.00
Cama de 2 plazas	10	Cama Box Tarima FORLI Elegant 2 Plazas	689.00
Cama de plaza y media	24	Cama de 1.5 Plazas   Nappy	644.00
Camarotes de plaza y media	10	Camarote de metal 1.5 plaza	600.00
Cabecera	6	Cabecera Queen Lucca Capitone Blanco	999.00
Mesa de noche	40	Mesa de Noche Carmel	169.90
Armario/cómoda	22	Ropero Moscu Almendra	199.00
Teléfono fijo	20	Teléfono Intelbras Negro Tok Fácil	89.00
Toallas	66	Toalla de Baño VIVA HOME Blanca 70x140	13.50
Repisa de vidrio	20	Repisa de vidrio Tunes 52x14cm	69.90
Sillas mecedoras	42	Perezosas o mesedoras en Palisangre	170.00

### **3.3.3 Distribución**

La distribución de las instalaciones y zonas del establecimiento fue realizada de acuerdo al tamaño, servicio ofrecido y facilidad de acceso. Además, se tomó en consideración la utilización óptima del terreno, el cual pese a presentar desniveles, facilita la ubicación estratégica de las cabañas y demás instalaciones, y permite que se adapten al entorno natural. El objetivo de la distribución planteada es brindar al turista un ambiente en el que se sienta rodeado de naturaleza y disfrute de una grata experiencia. En las Figuras 26, 27, 28 y 29 se puede visualizar la distribución de las cabañas y en Anexo J se puede observar la distribución del terreno.

### **3.4 Operaciones y procesos**

El establecimiento tendrá como principales procesos a aquellos servicios que se desarrollarán en el Sector Agroturístico. Sin embargo, los servicios complementarios del Sector Alojamiento y Sector Servicios también son relevantes y hacen aún más compleja la operación del fundo. A continuación, se describirán los procesos operativos del proyecto.

#### **a) Validación de reserva o registro de entrada**

En este proceso se valida si los turistas realizaron reserva, de no ser así se verifica la disponibilidad y de acuerdo a ello se procede a registrarlos (ver Figura 30).

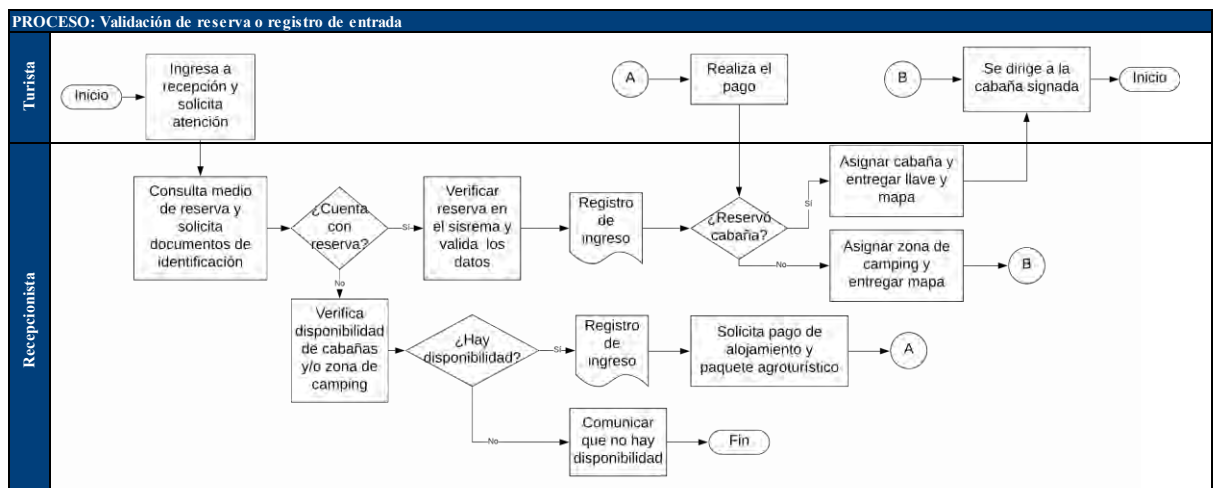


Figura 30. Flujograma de validación de reserva y/o registro de entrada

### b) Registro de salida

Aquí los turistas formalizan sus salidas mediante la firma de un registro, esto permite liberar las cabañas o zonas de camping del establecimiento (ver Figura 30).

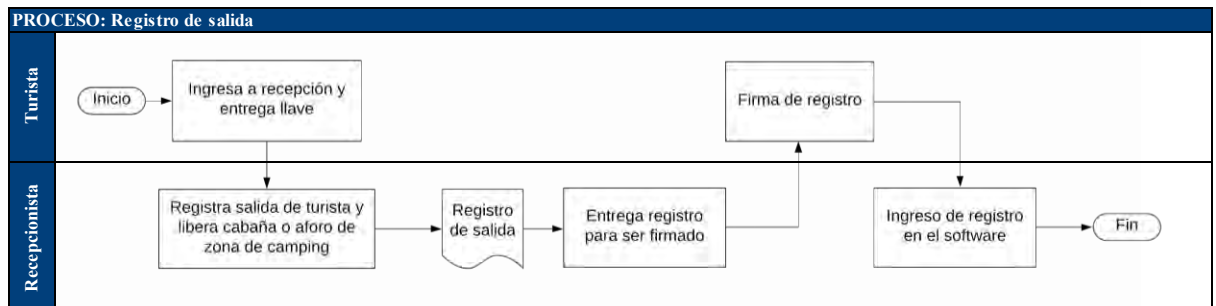


Figura 31. Flujograma de registro de salida

### c) Recolección de papaya/palta y taller de mermeladas

Es un servicio que busca involucrar al turista con las actividades productivas del fundo. Primero, un guía de cultivo les hará un recorrido por las plantaciones y se les permitirá cosechar el producto en caso sea temporada de cosecha. Segundo, para aquellos que estén interesados, podrán participar de un taller de elaboración de mermeladas haciendo uso de las frutas que recolectaron (ver Figura 32).

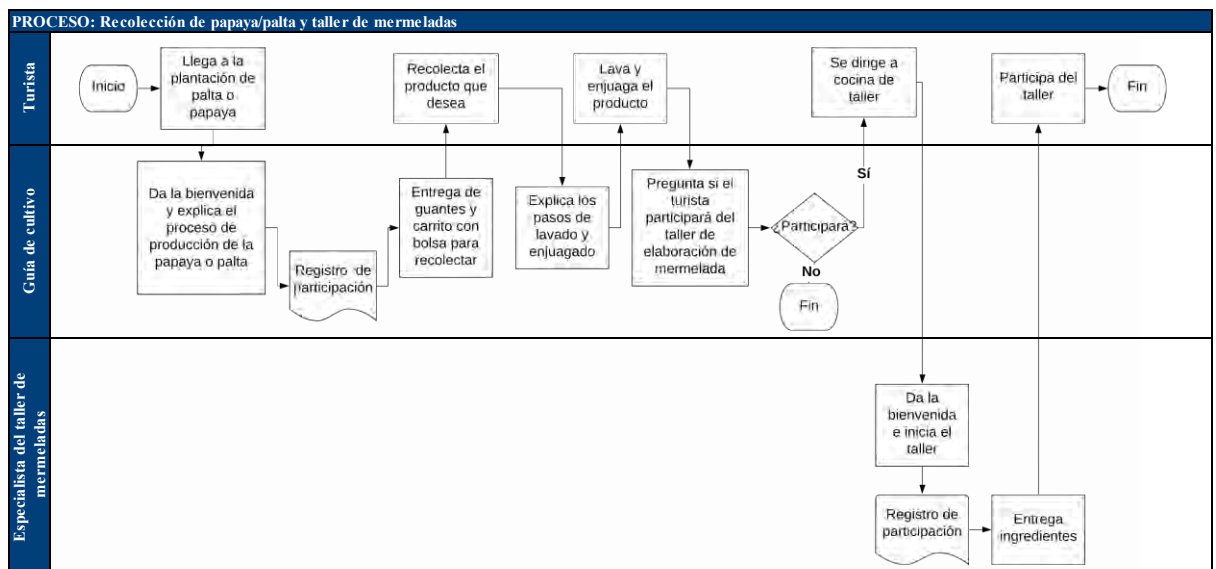


Figura 32. Flujoograma de recolección de papaya/palta y taller de mermeladas

d) Recolección de fruta en huerta y taller de mermeladas

Este servicio es similar al anterior, con la diferencia que el recorrido y la recolección se llevará a cabo en la huerta del fundo, la cual tiene mayor variedad de frutas (ver Figura 33).

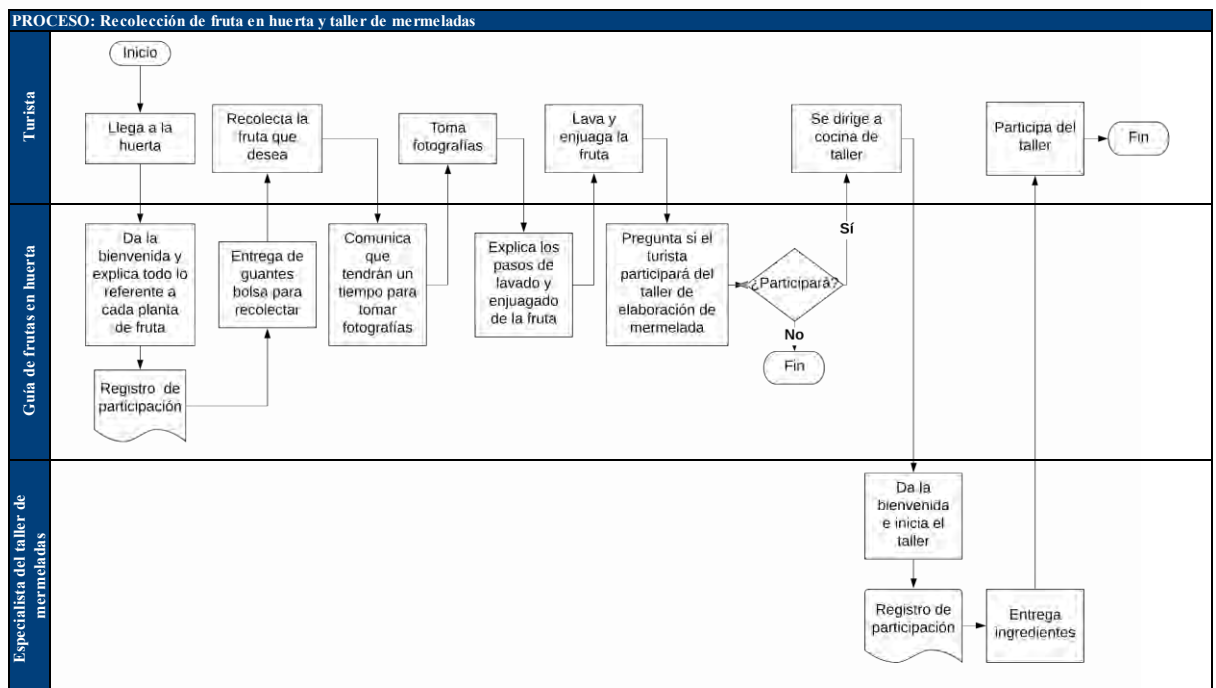


Figura 33. Flujoograma de recolección de fruta en huerta y taller de mermeladas

### 3.5 Requerimientos del proceso

#### 3.5.1 Servicios básicos

Los servicios básicos para el buen funcionamiento del establecimiento son agua, energía eléctrica, desagüe, y servicios de conexión (internet, telefonía) y entretenimiento (cable). De estos, el terreno del cual se dispone ya cuenta con las dos primeras. No dispone de conexión a desagüe público, pero si con un pozo séptico, sin embargo, será necesario implementar uno con la capacidad de abastecer a todos los usuarios y contratar un proveedor que se encargue del mantenimiento y limpieza. En la Tabla 41 se describen los servicios mencionados.

Tabla 41. Descripción de servicios básicos del Fundo Agroturístico

Servicio	Descripción
Energía eléctrica	Servicio suministrado por la comercializadora eléctrica Hidrandina. Plan MT2 cliente mayor con suministro de 10 KW/380-220
Agua	Extracción del subsuelo, de pozos artesanales a tajo abierto a 21 m de profundidad y 1.15 m de diámetro, con anillos de cemento. El agua sale libre de impurezas y contaminación, gracias al filtrado al interior del pozo.
Desagüe	Pozo séptico con tubo de filtración.
Telefonía, internet y cable	Telefonía en todas las cabañas y en el hall de recepción. Señal de internet en todo el establecimiento. Servicio de cable con alta definición en todas las cabañas, restaurant y hall de recepción.

De los cuatro servicios básicos, el agua será extraída de los pozos del fundo por medio del accionamiento de bombas, para ello solo se requerirá energía eléctrica. De ese modo, solo se contratarán tres servicios mensualmente, cuyos proveedores y tarifas se presentan en el Tabla 42. Se consideraron los costos vigentes al 2021 de los sitios web [distriluz.com.pe](http://distriluz.com.pe), [movistarempresas.pe](http://movistarempresas.pe) y [esaiteirl.com](http://esaiteirl.com).

Tabla 42. Tarifas mensuales de los servicios mensuales

Servicio	Proveedor	Descripción	Unidad	Costo mensual (S/)	Costo de instalación (S/)
Energía eléctrica	Hidrandina S.A.	Cargo por kilowatt por hora consumido	KW/h	0.55	-
Telefonía, internet y cable	Telefónica	Módem Smart Wifi con repetidor, cable con 107 canales SD más 63 canales HD, llamadas ilimitadas	Renta Fija	592.90	20.00
Desagüe	ESAIT EIRL	Limpieza y evacuación de residuos del pozo séptico	m3	500.00	15,000

### 3.5.2 Servicios Adicionales

Para una mejor utilización de los tiempos y manejo de la información, se contratará el servicio de un software para la gestión del establecimiento. El software es Sico Hoteles, de la empresa Soinfo Perú, que cuenta con más de 20 años de experiencia en el desarrollo e implementación de este tipo de herramientas de gestión. Sico Hoteles cuenta con 4 módulos, Facturación Electrónica, Inventario & Stock, Gestión Planning y Manejo de reservas. La plataforma, además de ser intuitiva, permite llevar un mejor control de las entradas y salidas tanto de clientes como de insumos y recursos del fundo; además, facilita el análisis de la información y toma de decisiones, ya que es posible generar reportes y rankings con la data almacenada (Soinfo Perú, 2019). Para mayor detalle de la interfaz, se puede revisar el Anexo P (ver Figura 34).



Figura 34. Interfaz principal del software Sico Hoteles



## Capítulo 4: Estudio Legal Y Organizacional

En el presente capítulo se abordará los trámites necesarios para la constitución de la empresa, las obligaciones tributarias y las normas competentes de acuerdo a la actividad que se va a realizar. Asimismo, se definirá la estructura organizacional, incluidas las funciones y el perfil del personal que laborará en la empresa.

### 4.1 Tipo de sociedad

La empresa se constituirá como Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada, es decir, el patrimonio personal de los socios no se ve afectado por las deudas de la empresa. La sociedad estará conformada por 4 socios, quienes aportarán el capital en partes igualitarias. Se establecerá un Junta General, constituida por los 4 socios y un Gerente General, quien se encargará de la administración de la empresa y la representación legal de la misma (GOB.PE, 2021). En la Tabla 43 se detallan los pasos que se seguirán para constituir la empresa.

Tabla 43. *Pasos para constituir una empresa*

Nº	Pasos para constituir una empresa
1	Buscar el nombre de la empresa (Los Angeles S.R.L) en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP).
2	Tramitar la reserva del nombre ante la SUNARP.
3	Realizar la Minuta de Constitución debidamente firmada por un abogado.
4	Tramitar la Escritura Pública validada por un Notario Público y presentarla en las oficinas de la SUNARP para su inscripción en Registros Públicos.
5	Tramitar el Registro Único del Contribuyente (RUC) en la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT).
6	Solicitar a la SUNAT la autorización para emitir comprobantes de pago.
7	Gestionar la Licencia Municipal de Funcionamiento.
8	Inscribir el Centro Agroturístico en el Registro Especial de Establecimiento de Hospedaje.
9	Solicitud de clasificación ante la Dirección Nacional de Turismo en categoría nueva: Centro Agroturístico-Cabañas.

Debido a la coyuntura actual, lo pasos mencionados pueden ser tramitados de manera virtual a través del Sistema de Intermediación Digital de la Sunarp (SID-Sunarp) y la Mesa de Partes Virtual - MPV Sunat (GOB.PE, 2021).

#### 4.2 Afectación tributaria

Los requisitos que se indican en la Tabla 44 deberán ser presentados para el Registro Único de Contribuyentes (RUC) y quedar afectos tributariamente. Esto se realiza en la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), ya sea que se tramite de forma presencial o virtual. Si se constituyó la empresa de forma virtual en el SID-Sunarp, no es necesario hacer este trámite ya que SUNARP incluirá un número de RUC inactivo en la ficha de inscripción.

Tabla 44. *Requisitos para el trámite del Registro Único de Contribuyentes (RUC)*

Requisitos para trámite presencial	Requisitos para trámite en Mesa de Partes Virtual (MPV-Sunat)
DNI vigente del Representante Legal	Formulario (guía) para inscripción o reactivación de personas jurídicas y otras entidades, lleno y escaneado.
Original de partida registral certificada (ficha o partida electrónica) por los Registros Públicos, con antigüedad no mayor a 30 días calendario	Número de la partida electrónica de constitución de la empresa en Registros Públicos.
Documento que constate la dirección del domicilio fiscal que se declara.	Documento que constate la dirección del domicilio fiscal que se declara, escaneado.
Formulario 2119: Solicitud de Inscripción al RUC o Comunicación de Afectación a Tributos.	
Formulario 2054: Representantes Legales, Directores, Miembros Del Consejo Directivo.	

El centro agroturístico estará afecto a los siguientes impuestos:

#### **4.2.1 Impuesto a la Renta (IR)**

Las actividades realizadas por el centro agroturístico son la explotación agropecuaria y alojamiento, las cuales corresponden a la renta de tercera categoría. Es decir, se aplicará una tasa de 29.5% sobre la renta neta anual (SUNAT, 2020).

#### **4.2.2 Impuesto general a las Ventas (IGV)**

Este impuesto corresponde al 18% de las ventas de bienes o servicios de la empresa (Mincetur, s.f.).

#### **4.2.3 Otros impuestos**

- El pago de entidades bancarias debido a préstamos estará afecto al Impuesto a las Transacciones Financieras (ITF), cuya tasa vigente es de 0.005% (GOP.PE, 2021).
- Las actividades no se encuentran gravadas por el Impuesto Selectivo al Consumo (GOB.PE, 2021)

#### **4.3 Normas competentes**

En este apartado se listarán las normas y leyes bajo las cuales se rige la actividad turística, el régimen especial de hospedaje y la clasificación de establecimientos de hospedaje en el país (Mincetur, s.f.). Por ende, el Fundo Agroturístico deberá operar bajo las mismas condiciones (ver Tablas 45,46,47 y 48).

### 4.3.1 Actividad turística

Tabla 45. Normas y Leyes para la actividad turística

Ley	Descripción
Ley N° 29408	Ley General de Turismo
Ley N° 26961	Desarrollo de la actividad turística
Resolución Ministerial N° 062-2021-MINCETUR	Aprueba el Plan Anual de Promoción y Desarrollo Turístico Nacional para el año 2021
Resolución Viceministerial N° 0004-2021-Mincetur/VMT	Aprueba la “Estrategia nacional para la reactivación del sector turístico en todo el ámbito nacional para el período 2021-2023”. Esta establece medidas que apuntan a reactivar, preservar y desarrollar el sector

### 4.3.2 Régimen especial de hospedaje

Tabla 46. Normas y Leyes para el régimen especial de hospedaje

Ley	Descripción
Decreto Legislativo N° 919 06.06.2001	Consideran exportación la prestación de los servicios de hospedaje, incluyendo la alimentación, a sujetos no domiciliados
Resolución N° 082-2001/SUNAT 20.07.2001	Normas referidas al Registro Especial de Establecimientos de Hospedaje
Ley N° 28780 13.07.2006	Ley que modifica el Numeral 4 del Artículo 33° del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas o Impuesto Selectivo al Consumo

### 4.3.3 Clasificación de establecimientos

Tabla 47. Normas y Leyes para la clasificación de establecimientos

Ley	Descripción
Reglamento de establecimiento de hospedajes. DECRETO SUPREMO N° 001-2015-MINCETUR	Establece los requerimientos para la clasificación, categorización, operación y supervisión de los establecimientos de hospedaje. Además, define los requisitos de infraestructura, equipamiento, servicio y personal de un hotel, apart-hotel, hostel, resort y albergue.
Modificación del Reglamento de establecimiento de hospedajes DECRETO SUPREMO N° 005-2021-MINCETUR.	Otorga a las instituciones correspondientes las facultades para sancionar a establecimientos vinculados al turismo que no cumplan con garantizar la protección e integridad de las niñas, niños y adolescentes en sus instalaciones.

#### 4.3.4 Otras normas y leyes

Tabla 48. *Otras normas y leyes*

Ley	Descripción
Reglamento de Restaurantes. Decreto Supremo N° 025-2004-MINCETUR	Establece los requisitos para autorizar la prestación del servicio de Restaurante, así como, la obligación de presentar la Declaración Jurada de cumplimiento de las normas relativas a las condiciones del servicio que prestan y a la calidad en la preparación de comidas y bebidas.
Disposiciones sobre Establecimientos que expenden Comidas y Bebidas Resolución Ministerial N° 081-94-ITINCI	Resolución Ministerial que señala que los establecimientos que expenden comidas y bebidas incluyan en sus listas de precios el IGV y el recargo al consumo.
Decreto Supremo N° 168-2021-PCM	Decreto Supremo que modifica el Decreto Supremo N° 184-2020-PCM y dicta medidas para enfrentar la pandemia hasta el 28 de noviembre de 2021.

#### 4.4 Estructura organizacional

Como se mencionó anteriormente, la empresa contará con una junta general de socios, quienes estarán en la parte más alta de la estructura organizacional, seguida por el gerente general, quien tendrá a su cargo el área de operaciones y el área administrativa. La primera se encargará de la gestión de los servicios ofrecidos por la empresa; mientras que la segunda buscará mantener el clima interno, proveerá soporte y gestionará el crecimiento de la empresa. En la Figura 35 se muestra de forma detallada el organigrama de la empresa.

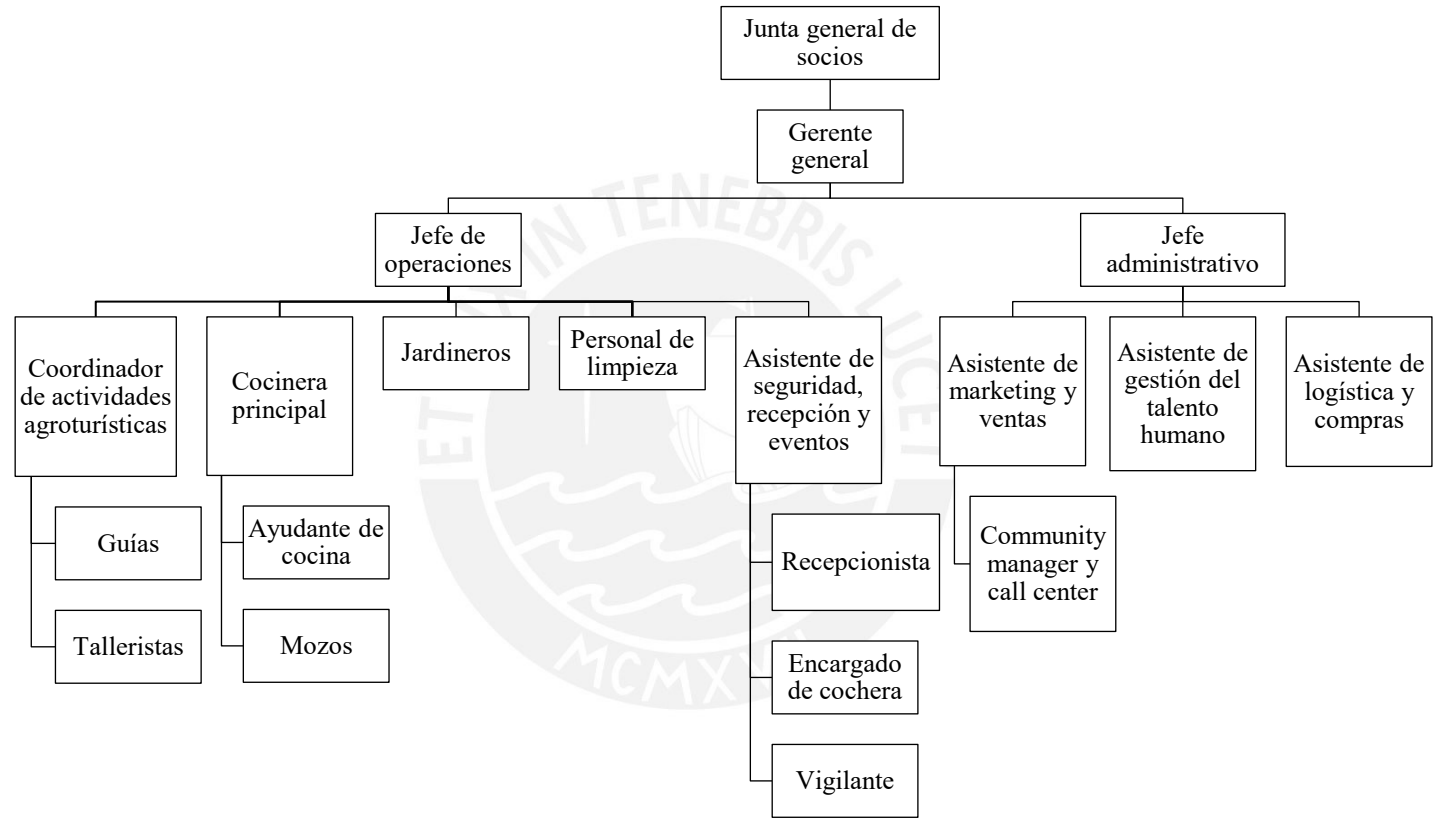


Figura 35. Organigrama del Fondo Agroturístico

#### 4.5 Funciones del personal

En la Tabla 49 se muestran las funciones y roles de cada puesto de trabajo definido en el organigrama del Fundo Agroturístico. Con esto se proyecta ofrecer un servicio de calidad.

Tabla 49. *Funciones y roles del personal*

<b>Gerente General</b>	<b>Jefe de operaciones</b>	<b>Coordinador de actividades agroturísticas</b>
-Definición y seguimiento de los objetivos corporativos -Negociación con proveedores -Dirección y control de las áreas de la empresa -Asegurar la rentabilidad de la empresa	-Administrar la operación de las sub áreas a cargo -Garantizar la correcta ejecución de los servicios -Asegurar una alta satisfacción de los clientes con los servicios ofrecidos	-Coordinar los horarios y recorridos según la temporada -Coordinar la calendarización de talleres -Reportes de la ejecución de actividades -Capacitar a los guías y talleristas
<b>Guías</b>	<b>Talleristas</b>	<b>Cocinera principal</b>
-Hacer los recorridos a los turistas en los diferentes espacios -Encargado de registrar a los participantes de los recorridos -Informe de incidentes	-Llevar a cabo el dictado de talleres a los turistas -Encargado de registrar a los participantes de los talleres -Informe de incidentes	-Definir y renovar la carta del restaurante -Preparación de platos -Planificar insumos mensuales
<b>Ayudante de cocina</b>	<b>Mozos</b>	<b>Personal de limpieza</b>
-Preparación de platos -Limpieza de menaje e instalaciones de la cocina -Inventariar los insumos	-Recepción y registro de pedidos del restaurante en el sistema -Llevar los pedidos a las mesas solicitadas -Realizar el cobro de lo consumido por los clientes	-Limpieza de las cabañas y ambientes comunes del fundo - Control y solicitud de insumos de limpieza.
<b>Jardineros</b>	<b>Asistente de seguridad, recepción y eventos</b>	<b>Recepcionista</b>
-Riego y mantenimiento de las áreas verdes	-Coordinar la preparación y organización de los eventos solicitados -Supervisar el proceso de atención y registro de entrada y salida de huéspedes -Encargarse de la rotación del personal de seguridad	-Registro de ingreso y salida de huéspedes en el sistema. -Entrega de mapa e indicaciones para que los clientes ubiquen sus cabañas o zona de camping
<b>Encargado de cochera</b>	<b>Vigilante</b>	<b>Jefe administrativo</b>
-Registro de vehículos que ingresan a la playa de estacionamiento	-Encargado de la seguridad del fundo agroturístico -Autorizado para permitir el ingreso del público al fundo	-Garantizar el cumplimiento de objetivos de ventas del resort - Asegurar el abastecimiento de insumos y suministros a las diferentes sub áreas - Velar por el cumplimiento de objetivos de las áreas a cargo

Tabla 49 (Continuación). *Funciones y roles del personal*

Asistente de marketing y ventas	Community manager y call center	Asistente de gestión del talento humano
-Asegurar la captación de nuevos clientes y la visibilización de la empresa -Reportar las ventas y el alcance de la empresa	-Asegura la respuesta rápida y buena calidad de atención a los clientes que se comunican por redes sociales y call center	-Garantizar el buen clima laboral en la empresa -Encargado del reclutamiento de personal nuevo -Definir los planes de capacitación del personal
Asistente de logística y compras		
-Coordinar el abastecimiento oportuno de insumos con las diferentes sub áreas -Gestionar los contratos y manejo de proveedores externos		

#### 4.6 Perfil del personal

Los perfiles definidos en la Tabla 50 apuntan a cumplir con las funciones planteadas, por puesto de trabajo, en el apartado anterior, además de estar alineados con los objetivos del área al que forma parte.

Tabla 50. *Perfil del personal*

Gerente General	Jefe de operaciones	Coordinador de actividades agroturísticas
-Experiencia mínima de 4 años en puestos similares del sector - Titulado en Ingeniería Industrial, Administración Hotelera, Turismo, Marketing o carreras afines -Conocimiento de inglés -Experiencia en gestión de proyectos -Manejo de Microsoft Office	-Experiencia mínima de 3 años en el puesto o similares -Titulado en Ingeniería Industrial, Administración Hotelera, Turismo, Marketing o carreras afines -Experiencia en gestión de hoteles y/o restaurantes -Disponibilidad a tiempo completo	-Experiencia mínima de 2 años en puestos similares -Titulado de Ing. Agrónoma, Industrias Alimentarias o carreras técnicas afines -Disponibilidad a tiempo completo
Guías	Talleristas	Cocinera principal
-Experiencia mínima de 2 años en puestos similares -Titulado de Ing. Agrónoma o que conozca a fondo los cultivos del fundo. -Disponibilidad a tiempo parcial	-Experiencia mínima de 1 años en puestos similares -Titulado en Industrias Alimentarias o que conozca a detalle el proceso de elaboración de los productos -Disponibilidad a tiempo parcial	-Experiencia mínima de 3 años cocinando para grupos grandes de personas -Conocimiento de gastronomía norteña -Disponibilidad a tiempo completo



Tabla 50 (Continuación). *Perfil del personal*

<b>Ayudante de cocina</b>	<b>Mozos</b>	<b>Personal de limpieza</b>
-Experiencia mínima de 1 año en puestos similares -Proactividad y trabajo bajo presión -Disponibilidad a tiempo completo	-Experiencia mínima de 1 año en puestos similares -Vocación de servicio al cliente. -Disponibilidad a tiempo completo	-Experiencia mínima de 1 año en puestos similares -Disponibilidad a tiempo completo
<b>Jardineros</b>	<b>Asistente de seguridad, recepción y eventos</b>	<b>Recepcionista</b>
-Experiencia mínima de 1 año en puestos similares -Disponibilidad a tiempo completo	-Experiencia mínima de 2 años en puestos similares -Egresado de Administración, Marketing, Hotelería y Turismo o carreras afines -Experiencia en gestión de eventos y atención al cliente -Disponibilidad a tiempo completo	-Experiencia mínima de 2 años en puestos de servicio al cliente -Conocimiento de inglés avanzado y otros idiomas -Vocación de servicio al cliente. -Disponibilidad a tiempo completo.
<b>Encargado de cochera</b>	<b>Vigilante</b>	<b>Jefe administrativo</b>
-Experiencia mínima de 1 año en puestos de servicio al cliente -Conocimiento de inglés intermedio -Vocación de servicio al cliente. -Disponibilidad a tiempo completo.	-Experiencia mínima de 1 año en puestos similares -Vocación de servicio al cliente -Disponibilidad a tiempo completo, en turnos rotativos	-Experiencia mínima de 3 años en puestos similares -Titulado en Administración, Ing. Industrial, Hotelería y Turismo o carreras afines -Conocimientos sólidos de marketing, RRHH y logística -Disponibilidad a tiempo completo
<b>Asistente de marketing y ventas</b>	<b>Community manager y call center</b>	<b>Asistente de gestión del talento humano</b>
-Experiencia mínima de 2 años en puestos similares -Titulado en Ing. Industrial, Administración o carreras afines -Experiencia en gestión de proyectos -Conocimiento de Microsoft Office -Disponibilidad a tiempo completo	-Experiencia mínima de 2 años en puestos similares -Vocación de servicio al cliente -Conocimiento de redes sociales y marketing -Disponibilidad a tiempo completo	-Experiencia mínima de 2 años en puestos similares -Titulado en Ing. Industrial, Psicología o carreras afines - Conocimiento de inglés intermedio -Disponibilidad a tiempo completo
<b>Asistente de logística y compras</b>		
-Experiencia mínima de 2 años en puestos similares -Titulado en Ing. Industrial, Administración o carreras afines -Conocimiento de Microsoft Office -Disponibilidad a tiempo completo		

#### **4.7 Remuneración económica del personal**

La remuneración base del personal fue definida acorde a los salarios de la región, según puestos de trabajo iguales o similares. Siguiendo el marco legal laboral, el contrato del personal, según su puesto, serán de dos tipos: contrato a tiempo indefinido (CTI) para los cargos que implican mayor responsabilidad o cargos de confianza y contrato de naturaleza temporal (CNT) para los cargos de nivel operativo. Además de la remuneración base mensual, se otorgarán los beneficios por ley: compensación por tiempo de servicio (CTS), gratificación y ESSALUD. En la Tabla 51 se detalla los montos de los beneficios mencionados.

Tabla 51. Remuneración económica y beneficios del personal

Puesto laboral	Turnos	Tipo de contrato	Remuneración base	CTS (mayo)	CTS (noviembre)	Gratificación (por entrega)	ESSALUD
Gerente General	1	CTI	6000.00	2333.34	3500	6540.00	540.00
Jefe de operaciones	1	CTI	2300.00	894.45	1341.67	2507.00	207.00
Jefe administrativo	1	CTI	2300.00	894.45	1341.67	2507.00	207.00
Coordinador de actividades agroturísticas	1	CTI	1800.00	700.00	1050	1962.00	162.00
Guías	1	CTI	1000.00	388.89	583.34	1090.00	90.00
Talleristas	1	CTI	1000.00	388.89	583.34	1090.00	90.00
Cocinera principal	1	CTI	1300.00	505.56	758.34	1417.00	117.00
Ayudante de cocina	2	CTN	1000.00	388.89	583.34	1090.00	90.00
Mozos	2	CTN	950.00	369.45	554.17	1035.50	85.50
Personal de limpieza	2	CTN	1000.00	388.89	583.34	1090.00	90.00
Jardineros	1	CTN	1000.00	388.89	583.34	1090.00	90.00
Asistente de seguridad, recepción y eventos	1	CTI	1800.00	700.00	1050	1962.00	162.00
Recepcionista	3	CTN	1200.00	466.67	700	1308.00	108.00
Encargado de cochera	3	CTN	1000.00	388.89	583.34	1090.00	90.00
Vigilante (turno diurno)	2	CTN	1000.00	388.89	583.34	1090.00	90.00
Vigilante (turno nocturno)	1	CTN	1300.00	505.56	758.34	1417.00	117.00
Asistente de marketing y ventas	1	CTI	1800.00	700.00	1050	1962.00	162.00
Community manager y call center	1	CTN	1200.00	466.67	700	1308.00	108.00
Asistente de gestión del talento humano	1	CTI	1800.00	700.00	1050	1962.00	162.00
Asistente de logística y compras	1	CTI	1800.00	700.00	1050	1962.00	162.00

## Capítulo 5: Estudio Económico Y Financiero

En este capítulo evaluará el proyecto en base a criterios económicos y financieros, a fin de determinar su viabilidad. Además, se realizará el análisis de sensibilidad ante eventuales variaciones de determinados factores.

### 5.1 Inversión del proyecto

La inversión total del proyecto constará de la inversión en activos fijos tangibles, activos fijos intangibles y capital de trabajo.

#### 5.1.1 Inversión en activos fijos tangibles

##### a. Inversión en terreno

Como se definió en el capítulo 3, para la implementación del proyecto es necesario contar con 26.4 ha de terreno. En ese sentido, la inversión equivale a S/ 1,399,644.16. (ver Tabla 52).

Tabla 52. *Inversión en terreno*

Área requerida en m <sup>2</sup>	S/ por m <sup>2</sup>	Subtotal	IGV	Total
264,083.80	S/5.30	S/1,399,644.16	S/0.00	S/1,399,644.16

##### b. Inversión en edificios

En este apartado se definirán los costos de implementación de las edificaciones definidas para los sectores alojamiento, administrativo y servicios y esparcimiento. Dichos costos, fueron tomados del Cuadro de Valores Unitarios Oficiales de Edificación para la Costa, este cuadro incluye los costos de estructuras, acabados e instalaciones eléctricas y sanitarias por metro

cuadrado (El Peruano, 2021). El detalle puede verse en el Anexo Q. La inversión total por sector se muestra en la Tabla 53 y el detalle del cálculo se encuentra en el Anexo R.

Tabla 53. *Inversión en edificios*

Sector	Subtotal	IGV	Total
Alojamiento	S/162,437.09	S/29,238.68	S/191,675.76
Administrativo y servicios	S/360,857.77	S/64,954.40	S/425,812.16
Esparcimiento	S/72,433.90	S/13,038.11	S/85,472.00
<b>Total</b>			<b>S/702,959.92</b>

### c. Inversión en maquinaria y equipos

La Tabla 54 muestra la inversión total en maquinaria y equipos por sector. El detalle del costo se encuentra en el Anexo S.

Tabla 54. *Inversión en maquinaria y equipos*

Sector	Subtotal	IGV	TOTAL
Sector Alojamiento	S/33,072.54	S/5,953.06	S/39,025.60
Sector Esparcimiento y sector Administrativo y Servicios	S/13,251.27	S/2,385.23	S/15,636.50
<b>TOTAL</b>			<b>S/54,662.10</b>

### d. Inversión en equipos de oficina

La Tabla 55 presenta la inversión total por equipos de oficina, que serán recursos usados por las oficinas administrativas y la sala de conferencia y eventos.

Tabla 55. *Inversión en equipos de oficina*

Equipo	Cantidad	Precio Unitario (Inc. IGV)	Subtotal	IGV	Total
Computadoras	5	S/2,390.00	S/10,127.12	S/1,822.89	S/11,950.00
Laptop	3	S/2,499.00	S/6,353.39	S/1,143.62	S/7,497.00
Impresora multifuncional	2	S/569.00	S/964.41	S/173.60	S/1,138.00
TV 42 pulgadas	3	S/1,149.00	S/2,921.19	S/525.82	S/3,447.00
Ecran	2	S/249.00	S/422.04	S/75.97	S/498.00
<b>Total equipos de oficina</b>					<b>S/24,530.00</b>

### e. Inversión en muebles y enceres

La Tabla 56 consolida la inversión total en inmuebles y enceres para cada sector. El costo por cada recurso se puede visualizar en el Anexo T.

Tabla 56. *Inversión en muebles y enceres*

Sector	Subtotal	IGV	TOTAL
Sector Alojamiento	S/55,598.31	S/10,007.69	S/65,606.00
Sector Esparcimiento y sector Administrativo y Servicios	S/35,828.39	S/6,449.11	S/42,277.50
		<b>TOTAL</b>	<b>S/107,883.50</b>

### f. Resumen de la Inversión en Activos Fijos Tangibles

La Tabla 57 consolida la inversión total en activos fijos tangibles, la cual asciende a S/ 2,289,679.68.

Tabla 57. *Inversión en Activos Fijos Tangibles*

Activo fijo tangible	Subtotal	IGV	TOTAL
Terreno	S/1,399,644.16	S/0.00	S/1,399,644.16
Edificios	S/595,728.76	S/107,231.19	S/702,959.92
Maquinaria y equipos	S/46,323.81	S/8,338.29	S/54,662.10
Equipos de oficina	S/20,788.15	S/3,741.90	S/24,530.00
Muebles y enceres	S/91,426.69	S/16,456.81	S/107,883.50
<b>TOTAL</b>	<b>S/2,153,911.58</b>	<b>S/135,768.18</b>	<b>S/2,289,679.68</b>

## 5.1.2 Inversión en activos fijos intangibles

### a. Inversión en trámites de constitución

En este punto se listan trámites necesarios para la constitución de la empresa y puesta en funcionamiento. La Tabla 58 consolida los costos por cada trámite, donde los tres primeros serán tercerizados con Villamares Contadores Tributarios, mediante un pago único (Tributarios, 2021).

Tabla 58. *Inversión en Activos Fijos Intangibles*

Descripción	Subtotal	Honorarios	IGV	Total
Búsqueda y reserva del nombre en SUNARP				
Elaboración de Minuta y Escritura Pública	-	S/762.71	S/137.29	S/900.00
Legalización de libros contables y autorización de emisión de comprobantes de pago				
Licencia de funcionamiento	S/226.71	-	S/40.81	S/267.52
Licencia de edificación	S/6,001.60	-	S/1,080.29	S/7,081.89
Inspección Técnica de seguridad (INDECI)	S/194.92	-	S/35.08	S/230.00
			<b>Total</b>	<b>S/8,479.41</b>

### b. Inversión en instalación de servicios y software

La Tabla 59 consolida los costos por instalación de servicios del Fundo Agroturístico, además de los costos de instalación e implementación del software Sico Hoteles, Windows 10 Pro y Microsoft Office 2016.

Tabla 59. *Inversión en instalación de servicios y software*

Descripción	Subtotal	IGV	Total
Instalación de telefonía, internet y cable	S/16.95	S/3.05	S/20.00
Instalación de pozo séptico	S/12,711.86	S/2,288.14	S/15,000.00
Implementación de software y plan de capacitaciones	S/9,237.29	S/1,662.71	S/10,900.00
Licencia de Windows 10 Pro	S/3,383.05	S/608.95	S/3,992.00
Licencia de Microsoft Office 2016	S/1,233.90	S/222.10	S/1,456.00
	<b>Total</b>		<b>S/31,368.00</b>

### c. Inversión en lanzamiento y posicionamiento de la marca

La Tabla 60 resume los costos para el lanzamiento y posicionamiento de marca. Los eventos de lanzamiento serán tercerizados a Fusion Agency (Fusion Agency, 2021). Además, el desarrollo, dominio y hosting de la página web estará a cargo de la empresa GoDaddy (GoDaddy, 2021).

Tabla 60. *Inversión en lanzamiento y posicionamiento de la marca*

Descripción	Subtotal	IGV	Total
Eventos de lanzamiento de marca	S/8,305.08	S/1,494.92	S/9,800.00
Dominio y hosting de la página web	S/656.53	S/118.18	S/774.71
	<b>Total</b>		<b>S/10,574.71</b>

### d. Resumen de la inversión en activos fijos intangibles

Según se observa en la Tabla 61, la inversión en activos fijo intangibles asciende a S/52,943.23.

Tabla 61. *Inversión en activos fijos intangibles*

Descripción	Subtotal	IGV	Total
Trámites de constitución	S/7,141.63	S/1,285.49	S/8,427.12
Instalación de servicios y software	S/26,583.05	S/4,784.95	S/31,368.00
Lanzamiento y posicionamiento de la marca	S/8,961.62	S/1,613.09	S/10,574.71
<b>Subtotal</b>	<b>S/42,686.30</b>	<b>S/7,683.53</b>	<b>S/50,369.83</b>
Imprevistos (5%)	S/2,134.31	S/384.18	S/2,518.49
<b>Total</b>	<b>S/44,820.61</b>	<b>S/8,067.71</b>	<b>S/52,888.32</b>



### 5.1.3 Inversión en capital de trabajo

El capital de trabajo se calcula mediante el Método del Déficit Acumulado, que consiste en evaluar el saldo de los ingresos menos los egresos del primer año de operación (Sagap, Sagap, & Sagap, 2014). En el Anexo U se realizó el cálculo y no se obtuvo déficit en ninguno de los meses del primer año. Por lo tanto, el capital de trabajo asciende a S/171,291.61, que consta del máximo déficit acumulado en el año.

### 5.1.4 Inversión total

La Tabla 62 consolida la inversión requerida para activos fijos tangibles, intangibles y capital de trabajo. La suma asciende a S/ 2,513,859.61. Como se observa, el 91.1% de la inversión corresponde a los activos fijos tangibles.

Tabla 62. *Inversión total*

Concepto	Total	%
Activos Fijos Tangibles	S/2,289,679.68	<b>91.1%</b>
Activos Fijos Intangibles	S/52,888.32	<b>2.1%</b>
Capital de trabajo	S/171,291.61	<b>6.8%</b>
<b>Total</b>	<b>S/2,513,859.61</b>	

## 5.2 Financiamiento del proyecto

En la Tabla 63 se presentan las entidades bancarias a través de las cuales se podría financiar el proyecto.

Tabla 63. Alternativas de financiamiento del proyecto

Institución Bancaria	BANBIF	BBVA Continental	Interbank	Scotiabank
Monto mínimo	S/100,000.00	S/200,000.00	S/100,000.00	S/300,000.00
Financiamiento máximo	80% del valor de tasación	80% del valor de tasación	80% del valor de tasación	80% del valor de tasación
Plazo máximo	10 años	20 años	15 años	15 años
T.E.A (S/)	11.25%	15.85%	17.42%	15.20%
T.C.E.A. (S/)	11.86%	16.54%	18.14%	15.88%
Número de cuotas	12 por año	12 por año	12 por año	12 por año
Tasa Mensual	0.89%	1.23%	1.35%	1.19%

La mejor alternativa de financiamiento es la ofrecida por BanBif, ya que tiene la menor Tasa de Costo Efectiva Anual (TCEA) para un préstamo con plazo de 10 años y con cuotas fijas. Se financiará el 60% de la inversión total, es decir, S/ 1,508,315.77 (ver Tabla 64). Este monto puede ser cubierto por la entidad financiera elegida, ya que no supera el 80% del valor de tasación de edificios, el cual asciende a S/1,682,083.27.

Tabla 64. Estructura de financiamiento

Fuente de financiamiento	%	Monto
Aporte propio	40%	S/1,005,543.84
Financiamiento	60%	S/1,508,315.77
<b>Inversión Total</b>		<b>S/2,513,859.61</b>

### 5.2.1 Costo de oportunidad de capital

En este acápite se utilizará el Modelo de Valoración de Capital (CAPM, por sus siglas en inglés) para calcular el Costo de Oportunidad de Capital (COK). Para ello, se emplea la siguiente fórmula:

$$COK = Beta \times (Rm - Rf) + Rf + Rpaís$$

Donde:

- COK= Costo de Oportunidad de Capital
- Beta= Beta apalancada del sector
- Rm= Prima de riesgo de mercado = 5.88% (Damodaran, 2021)
- Rf= Tasa libre de riesgo=2.96% (Banco Central de Reserva del Perú, 2021)
- Rpaís= Riesgo país= 1.62%, al 30 de noviembre 2021 (Diario Gestión, 2021)

La beta apalancada se calcula de la siguiente manera:

$$Beta\ apalancada = Beta\ no\ apalancada \times [1 + (1 - T) \times \left(\frac{D}{C}\right)]$$

Donde:

- Beta no apalancada= 0.91 (2020)
- T= Tasa impositiva = 29.5%
- D/C= Ratio deuda capital= 1.5

A partir de los datos obtenidos, se calcula una beta igual a 1.87 y un Costo de Oportunidad de Capital equivalente a 10.05%. Dado que este valor se encuentra expresado en dólares, se realiza la conversión a nuevos soles. Se considera la tasa de inflación para Perú y Estados Unidos, de 1.97% y 2.40% respectivamente (Banco Central de Reserva del Perú, 2021). Finalmente, se obtiene que el costo de oportunidad expresado en nuevos soles es de 10%.

### 5.2.2 Costo ponderado de capital

Se calcula el Costo Ponderado de Capital (WACC, por sus siglas en inglés) a través de la siguiente fórmula:

$$WACC = \left[ \frac{D}{I} \times TEA \times (1 - T) \right] + \left[ \frac{C}{I} \times COK \right]$$

Donde:

- D/I= Ratio deuda inversión total = 60%
- TEA= Tasa efectiva anual de BanBif= 11.25%
- T= Tasa impositiva= 29.5%
- C/I= Ratio capital inversión= 40%
- COK= Costo de Oportunidad de Capital=10.00%

Aplicando la fórmula, se obtiene que el Costo Ponderado de Capital es 8.76%.

En la Tabla 65 se consolidan los pagos anuales por cuotas, intereses, amortización e ITF del préstamo. En el Anexo V se puede verificar el detalle del cálculo.

Tabla 65. Cronograma de pagos anuales

Año	2022	2023	2024	2025	2026
Amortización	S/89,119.43	S/99,145.36	S/110,299.21	S/122,707.88	S/136,512.51
Intereses	S/157,227.71	S/147,201.77	S/136,047.92	S/123,639.26	S/109,834.62
ITF	S/12.32	S/12.32	S/12.32	S/12.32	S/12.32
Cuota Fija	S/246,347.14	S/246,347.14	S/246,347.14	S/246,347.14	S/246,347.14
Año	2027	2028	2029	2030	2031
Amortización	S/151,870.17	S/168,955.56	S/187,963.07	S/209,108.91	S/232,633.66
Intereses	S/94,476.96	S/77,391.57	S/58,384.07	S/37,238.22	S/13,713.47
ITF	S/12.32	S/12.32	S/12.32	S/12.32	S/12.32
Cuota Fija	S/246,347.14	S/246,347.14	S/246,347.14	S/246,347.14	S/246,347.14

### 5.3 Presupuesto de ingresos y egresos

En este punto se desarrollará el presupuesto de ingresos y egresos del Fondo Agroturístico.

#### 5.3.1 Presupuesto de ingresos

En la Tabla 66 se resumen los ingresos anuales por servicio. El detalle de este presupuesto se puede visualizar en el Anexo W.

Tabla 66. Presupuesto de ingresos por servicio

Servicio	2022	2023	2024	2025	2026
Actividades agroturísticas	S/241,308.00	S/343,497.60	S/461,143.20	S/600,240.00	S/758,376.00
Alojamiento	S/266,340.09	S/379,130.32	S/508,979.89	S/662,505.90	S/837,046.13
Conferencias y eventos	S/41,400.00	S/41,400.00	S/55,200.00	S/64,400.00	S/73,600.00
Restaurante	S/110,599.50	S/157,436.40	S/211,357.30	S/275,110.00	S/347,589.00
Quiosco	S/42,452.00	S/60,185.18	S/80,472.26	S/104,325.40	S/131,283.99
Paseo a caballo, bote y cuatrimotos	S/60,791.26	S/86,185.18	S/115,236.28	S/149,393.98	S/187,998.67
<b>Total ingresos</b>	<b>S/762,890.85</b>	<b>S/1,067,834.69</b>	<b>S/1,432,388.93</b>	<b>S/1,855,975.28</b>	<b>S/2,335,893.79</b>
Servicio	2027	2028	2029	2030	2031
Actividades agroturísticas	S/931,404.00	S/1,127,860.80	S/1,344,052.80	S/1,574,539.20	S/1,830,544.80
Alojamiento	S/1,028,023.19	S/1,244,859.44	S/1,483,478.12	S/1,737,874.02	S/2,020,436.36
Conferencias y eventos	S/82,800.00	S/87,400.00	S/98,900.00	S/124,200.00	S/133,400.00
Restaurante	S/426,893.50	S/516,936.20	S/616,024.20	S/721,663.80	S/838,999.70
Quiosco	S/160,595.16	S/193,698.47	S/229,916.64	S/268,284.72	S/310,684.65
Paseo a caballo, bote y cuatrimotos	S/229,972.27	S/277,376.22	S/329,240.62	S/384,183.72	S/444,900.41
<b>Total ingresos</b>	<b>S/2,859,688.12</b>	<b>S/3,448,131.13</b>	<b>S/4,101,612.38</b>	<b>S/4,810,745.47</b>	<b>S/5,578,965.92</b>

### 5.3.2 Presupuesto de costos

En el presupuesto de costos se incluye la materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de producción, tal como se detallará a continuación:

#### a. Presupuesto de materia prima

En este presupuesto anual se consideraron los insumos y materiales relacionados a cada servicio, tal como se muestra en la Tabla 67. El detalle puede observarse en el Anexo X.

Tabla 67. *Presupuesto de materia prima*

Servicio	2022	2023	2024	2025	2026
Actividades agroturísticas	S/7,301.74	S/10,351.85	S/13,841.23	S/17,943.97	S/22,580.85
Alojamiento	S/59,060.13	S/84,071.04	S/112,864.80	S/146,908.74	S/185,612.53
Quiosco	S/10,188.48	S/14,444.44	S/19,313.34	S/25,038.10	S/31,508.16
<b>Total Materia Prima (con IGV)</b>	<b>S/76,550.36</b>	<b>S/108,867.33</b>	<b>S/146,019.37</b>	<b>S/189,890.81</b>	<b>S/239,701.53</b>
<b>IGV</b>	<b>S/11,677.17</b>	<b>S/16,606.88</b>	<b>S/22,274.14</b>	<b>S/28,966.39</b>	<b>S/36,564.64</b>
<b>Total Materia Prima (sin IGV)</b>	<b>S/64,873.18</b>	<b>S/92,260.45</b>	<b>S/123,745.23</b>	<b>S/160,924.41</b>	<b>S/203,136.89</b>
Servicio	2027	2028	2029	2030	2031
Actividades agroturísticas	S/27,622.37	S/33,316.14	S/39,545.66	S/46,144.97	S/53,437.76
Restaurante	S/227,961.13	S/276,043.93	S/328,956.92	S/385,368.47	S/448,025.84
Quiosco	S/38,542.84	S/46,487.63	S/55,179.99	S/64,388.33	S/74,564.32
<b>Total Materia Prima (con IGV)</b>	<b>S/294,126.33</b>	<b>S/355,847.70</b>	<b>S/423,682.58</b>	<b>S/495,901.78</b>	<b>S/576,027.91</b>
<b>IGV</b>	<b>S/44,866.73</b>	<b>S/54,281.85</b>	<b>S/64,629.55</b>	<b>S/75,646.03</b>	<b>S/87,868.66</b>
<b>Total Materia Prima (sin IGV)</b>	<b>S/249,259.61</b>	<b>S/301,565.85</b>	<b>S/359,053.03</b>	<b>S/420,255.74</b>	<b>S/488,159.25</b>

#### b. Presupuesto de Mano de Obra Directa (MOD)

Está constituido por el personal con puestos de trabajo relacionados directamente con los servicios principales del fundo, es decir, las actividades agroturísticas, alojamiento y

restaurante. La Tabla 68 resume el presupuesto anual del personal mencionado. El detalle anual por puesto de trabajo puede ser revisado en el Anexo Y.

Tabla 68. *Presupuesto de Mano de Obra Directa*

2022	2023	2024	2025	2026
S/204,526.09	S/204,526.09	S/220,758.32	S/220,758.32	S/252,411.17
2027	2028	2029	2030	2031
S/268,643.40	S/268,643.40	S/284,064.02	S/300,296.25	S/316,528.48

### c. Presupuesto de costos indirectos de producción

Comprende los insumos indirectos, mano de obra indirecta y gastos generales de producción. La Tabla 69 presenta el presupuesto anual de los insumos indirectos utilizados en el establecimiento.

Tabla 69. *Presupuesto de insumos indirectos*

Descripción	2022	2023	2024	2025	2026
Insumos de limpieza	S/4,927.50	S/6,570.00	S/8,212.50	S/10,950.00	S/13,140.00
Insumos de baños	S/3,285.00	S/4,380.00	S/5,475.00	S/7,300.00	S/8,760.00
Insumos para cultivos	S/3,245.98	S/3,245.98	S/3,245.98	S/3,245.98	S/3,245.98
Insumos para granja	S/5,280.00	S/5,280.00	S/5,280.00	S/5,280.00	S/5,280.00
<b>Total insumos indirectos (sin IGV)</b>	<b>S/16,738.48</b>	<b>S/19,475.98</b>	<b>S/22,213.48</b>	<b>S/26,775.98</b>	<b>S/30,425.98</b>
<b>IGV</b>	<b>S/3,012.93</b>	<b>S/3,505.68</b>	<b>S/3,998.43</b>	<b>S/4,819.68</b>	<b>S/5,476.68</b>
<b>Total insumos indirectos (con IGV)</b>	<b>S/19,751.41</b>	<b>S/22,981.66</b>	<b>S/26,211.91</b>	<b>S/31,595.66</b>	<b>S/35,902.66</b>
Descripción	2027	2028	2029	2030	2031
Insumos de limpieza	S/15,877.50	S/19,162.50	S/22,995.00	S/26,827.50	S/30,660.00
Insumos de baños	S/10,585.00	S/12,775.00	S/15,330.00	S/17,885.00	S/20,440.00
Insumos para cultivos	S/3,245.98	S/3,245.98	S/3,245.98	S/3,245.98	S/3,245.98
Insumos para granja	S/5,280.00	S/5,280.00	S/5,280.00	S/5,280.00	S/5,280.00
<b>Total insumos indirectos (sin IGV)</b>	<b>S/34,988.48</b>	<b>S/40,463.48</b>	<b>S/46,850.98</b>	<b>S/53,238.48</b>	<b>S/59,625.98</b>
<b>IGV</b>	<b>S/6,297.93</b>	<b>S/7,283.43</b>	<b>S/8,433.18</b>	<b>S/9,582.93</b>	<b>S/10,732.68</b>
<b>Total insumos indirectos (con IGV)</b>	<b>S/41,286.41</b>	<b>S/47,746.91</b>	<b>S/55,284.16</b>	<b>S/62,821.41</b>	<b>S/70,358.66</b>

La mano de obra indirecta comprende al personal a cargo de funciones que dan soporte a los servicios principales del establecimiento. La Tabla 70 presenta el presupuesto anual. El detalle puede ser revisado en el Anexo X:

Tabla 70. *Presupuesto de mano de obra indirecta*

2022	2023	2024	2025	2026
S/155,829.41	S/155,829.41	S/155,829.41	S/172,061.64	S/172,061.64
2027	2028	2029	2030	2031
S/172,061.64	S/172,061.64	S/225,628.00	S/225,628.00	S/225,628.00

Los activos de producción se deprecian según las tasas fijadas por la SUNAT. El presupuesto de depreciación se muestra en la Tabla 71. Si al final de proyecto queda un valor residual, los activos fijos serán vendidos a dicho valor.





Tabla 71. *Presupuesto de depreciación de activos de producción*

Activo	Tasa de depreciación	Valor inicial	2022	2023	2024	2025	2026
Edificios	5%	S/538,555.14	S/26,927.76	S/26,927.76	S/26,927.76	S/26,927.76	S/26,927.76
Maquinaria y equipos	10%	S/46,323.81	S/4,632.38	S/4,632.38	S/4,632.38	S/4,632.38	S/4,632.38
Muebles y enseres	10%	S/86,777.59	S/8,677.76	S/8,677.76	S/8,677.76	S/8,677.76	S/8,677.76
<b>Total depreciación de activos</b>		<b>S/671,656.55</b>	<b>S/40,237.90</b>	<b>S/40,237.90</b>	<b>S/40,237.90</b>	<b>S/40,237.90</b>	<b>S/40,237.90</b>
Activo	Tasa de depreciación	2027	2028	2029	2030	2031	Valor Residual
Edificios	5%	S/26,927.76	S/26,927.76	S/26,927.76	S/26,927.76	S/26,927.76	S/269,277.57
Maquinaria y equipos	10%	S/4,632.38	S/4,632.38	S/4,632.38	S/4,632.38	S/4,632.38	S/0.00
Muebles y enseres	10%	S/8,677.76	S/8,677.76	S/8,677.76	S/8,677.76	S/8,677.76	S/0.00
<b>Total depreciación de activos</b>		<b>S/40,237.90</b>	<b>S/40,237.90</b>	<b>S/40,237.90</b>	<b>S/40,237.90</b>	<b>S/40,237.90</b>	<b>S/269,277.57</b>

Los gastos generales de producción comprenden la depreciación de activos y el gasto por gas propano. Cabe indicar que no se considera mantenimiento de instalaciones ya que se cuenta con personal suficiente para el mantenimiento constante de las mismas. En la Tabla 72 se puede ver el resumen del gasto anual. En el Anexo Z se puede observar el detalle del cálculo.

Tabla 72. Presupuesto de gastos generales de producción

Descripción	2022	2023	2024	2025	2026
Depreciación	S/40,237.90	S/40,237.90	S/40,237.90	S/40,237.90	S/40,237.90
Gas	S/2,655.00	S/2,655.00	S/2,655.00	S/2,655.00	S/2,655.00
<b>Total GGP (sin IGV)</b>	<b>S/42,892.90</b>	<b>S/42,892.90</b>	<b>S/42,892.90</b>	<b>S/42,892.90</b>	<b>S/42,892.90</b>
IGV	S/477.90	S/477.90	S/477.90	S/477.90	S/477.90
<b>Total GGP (con IGV)</b>	<b>S/43,370.80</b>	<b>S/43,370.80</b>	<b>S/43,370.80</b>	<b>S/43,370.80</b>	<b>S/43,370.80</b>
Descripción	2027	2028	2029	2030	2031
Depreciación	S/40,237.90	S/40,237.90	S/40,237.90	S/40,237.90	S/40,237.90
Gas	S/2,655.00	S/2,655.00	S/2,655.00	S/2,655.00	S/2,655.00
<b>Total GGP (sin IGV)</b>	<b>S/42,892.90</b>	<b>S/42,892.90</b>	<b>S/42,892.90</b>	<b>S/42,892.90</b>	<b>S/42,892.90</b>
IGV	S/477.90	S/477.90	S/477.90	S/477.90	S/477.90
<b>Total GGP (con IGV)</b>	<b>S/43,370.80</b>	<b>S/43,370.80</b>	<b>S/43,370.80</b>	<b>S/43,370.80</b>	<b>S/43,370.80</b>

Finalmente, en la Tabla 73 se presenta los costos indirectos de producción anuales.

Tabla 73. Presupuesto de costos indirectos de producción

Descripción	2022	2023	2024	2025	2026
Insumos indirectos	S/16,738.48	S/19,475.98	S/22,213.48	S/26,775.98	S/30,425.98
Mano de Obra Indirecta	S/155,829.41	S/155,829.41	S/155,829.41	S/172,061.64	S/172,061.64
Gastos Generales de Producción	S/42,892.90	S/42,892.90	S/42,892.90	S/42,892.90	S/42,892.90
<b>Total CIP (sin IGV)</b>	<b>S/215,460.79</b>	<b>S/218,198.29</b>	<b>S/220,935.79</b>	<b>S/241,730.52</b>	<b>S/245,380.52</b>
IGV	S/3,490.83	S/3,983.58	S/4,476.33	S/5,297.58	S/5,954.58
<b>Total CIP (con IGV)</b>	<b>S/218,951.61</b>	<b>S/222,181.86</b>	<b>S/225,412.11</b>	<b>S/247,028.09</b>	<b>S/251,335.09</b>
Descripción	2027	2028	2029	2030	2031
Insumos indirectos	S/34,988.48	S/40,463.48	S/46,850.98	S/53,238.48	S/59,625.98
Mano de Obra Indirecta	S/172,061.64	S/172,061.64	S/225,628.00	S/225,628.00	S/225,628.00
Gastos Generales de Producción	S/42,892.90	S/42,892.90	S/42,892.90	S/42,892.90	S/42,892.90
<b>Total CIP (sin IGV)</b>	<b>S/249,943.02</b>	<b>S/255,418.02</b>	<b>S/315,371.88</b>	<b>S/321,759.38</b>	<b>S/328,146.88</b>
IGV	S/6,775.83	S/7,761.33	S/8,911.08	S/10,060.83	S/11,210.58
<b>Total CIP (con IGV)</b>	<b>S/256,718.84</b>	<b>S/263,179.34</b>	<b>S/324,282.95</b>	<b>S/331,820.20</b>	<b>S/339,357.45</b>

#### d. Presupuesto de costos de ventas

En este acápite se consolida el presupuesto de costos de ventas, este comprende los costos de materia prima, mano de obra indirecta y costos indirectos de producción. En la Tabla 74 se muestra el presupuesto anual.

Tabla 74. *Presupuesto de costos de ventas*

<b>Descripción</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Materia Prima	S/64,873.18	S/92,260.45	S/123,745.23	S/160,924.41	S/203,136.89
Mano de Obra Directa	S/204,526.09	S/204,526.09	S/220,758.32	S/220,758.32	S/252,411.17
Costos Indirectos de Producción	S/215,460.79	S/218,198.29	S/220,935.79	S/241,730.52	S/245,380.52
<b>Total Costo de Ventas (sin IGV)</b>	<b>S/484,860.06</b>	<b>S/514,984.83</b>	<b>S/565,439.34</b>	<b>S/623,413.25</b>	<b>S/700,928.58</b>
<b>IGV</b>	<b>S/15,168.00</b>	<b>S/20,590.46</b>	<b>S/26,750.47</b>	<b>S/34,263.97</b>	<b>S/42,519.22</b>
<b>Total Costo de Ventas (con IGV)</b>	<b>S/500,028.06</b>	<b>S/535,575.29</b>	<b>S/592,189.80</b>	<b>S/657,677.22</b>	<b>S/743,447.79</b>
<b>Descripción</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>2030</b>	<b>2031</b>
Materia Prima	S/249,259.61	S/301,565.85	S/359,053.03	S/420,255.74	S/488,159.25
Mano de Obra Directa	S/268,643.40	S/268,643.40	S/284,064.02	S/300,296.25	S/316,528.48
Costos Indirectos de Producción	S/249,943.02	S/255,418.02	S/315,371.88	S/321,759.38	S/328,146.88
<b>Total Costo de Ventas (sin IGV)</b>	<b>S/767,846.02</b>	<b>S/825,627.27</b>	<b>S/958,488.93</b>	<b>S/1,042,311.37</b>	<b>S/1,132,834.61</b>
<b>IGV</b>	<b>S/51,642.56</b>	<b>S/62,043.18</b>	<b>S/73,540.62</b>	<b>S/85,706.86</b>	<b>S/99,079.24</b>
<b>Total Costo de Ventas (con IGV)</b>	<b>S/819,488.58</b>	<b>S/887,670.45</b>	<b>S/1,032,029.55</b>	<b>S/1,128,018.23</b>	<b>S/1,231,913.85</b>

### 5.3.3 Presupuesto de gastos

#### a. Presupuesto de gastos administrativos

Este incluye las remuneraciones del personal administrativo, la depreciación de activos administrativos, servicios básicos e insumos de las oficinas. La Tabla 75 resume las remuneraciones anuales del personal mencionado. El detalle de presupuesto anual por puesto de trabajo puede visualizarse en el Anexo Y:

Tabla 75. *Presupuesto de sueldos administrativos*

<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
S/337,630.25	S/337,630.25	S/337,630.25	S/337,630.25	S/337,630.25
<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>2030</b>	<b>2031</b>
S/337,630.25	S/337,630.25	S/337,630.25	S/337,630.25	S/337,630.25



La Tabla 77 muestra el presupuesto anual de servicios utilizados en el establecimiento.

Tabla 77. *Presupuesto de servicios*

<b>Descripción</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Energía eléctrica	S/36,135.00	S/37,941.75	S/39,838.84	S/41,830.78	S/43,922.32
Telefonía, internet y cable	S/7,114.80	S/7,470.54	S/7,844.07	S/8,236.27	S/8,648.08
Limpieza de pozo séptico	S/6,000.00	S/6,300.00	S/6,615.00	S/6,945.75	S/7,293.04
Software de Gestión	S/1,100.00	S/1,155.00	S/1,212.75	S/1,273.39	S/1,337.06
<b>Total Servicios (sin IGV)</b>	<b>S/42,669.32</b>	<b>S/44,802.79</b>	<b>S/47,042.93</b>	<b>S/49,395.07</b>	<b>S/51,864.83</b>
<b>IGV</b>	<b>S/7,680.48</b>	<b>S/8,064.50</b>	<b>S/8,467.73</b>	<b>S/8,891.11</b>	<b>S/9,335.67</b>
<b>Total Servicios (con IGV)</b>	<b>S/50,349.80</b>	<b>S/52,867.29</b>	<b>S/55,510.65</b>	<b>S/58,286.19</b>	<b>S/61,200.50</b>
<b>Descripción</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>2030</b>	<b>2031</b>
Energía eléctrica	S/46,118.43	S/48,424.36	S/50,845.57	S/53,387.85	S/56,057.25
Telefonía, internet y cable	S/9,080.49	S/9,534.51	S/10,011.24	S/10,511.80	S/11,037.39
Limpieza de pozo séptico	S/7,657.69	S/8,040.57	S/8,442.60	S/8,864.73	S/9,307.97
Software de Gestión	S/1,403.91	S/1,474.11	S/1,547.81	S/1,625.20	S/1,706.46
<b>Total Servicios (sin IGV)</b>	<b>S/54,458.07</b>	<b>S/57,180.97</b>	<b>S/60,040.02</b>	<b>S/63,042.02</b>	<b>S/66,194.12</b>
<b>IGV</b>	<b>S/9,802.45</b>	<b>S/10,292.58</b>	<b>S/10,807.20</b>	<b>S/11,347.56</b>	<b>S/11,914.94</b>
<b>Total Servicios (con IGV)</b>	<b>S/64,260.52</b>	<b>S/67,473.55</b>	<b>S/70,847.22</b>	<b>S/74,389.59</b>	<b>S/78,109.07</b>

Se consolidan los gastos de sueldos administrativos, depreciación de activos e insumos de oficina para obtener los gastos administrativos mostrados en la Tabla 78.

Tabla 78. Presupuesto de gastos administrativos

Descripción	2022	2023	2024	2025	2026
Sueldos Administrativos	S/337,630.25	S/337,630.25	S/337,630.25	S/337,630.25	S/337,630.25
Depreciación	S/19,725.78	S/19,725.78	S/19,725.78	S/19,725.78	S/3,323.59
Servicios	S/42,669.32	S/44,802.79	S/47,042.93	S/49,395.07	S/51,864.83
Insumos de Oficina	S/1,200.00	S/1,560.00	S/2,028.00	S/2,636.40	S/3,427.32
<b>Total Gastos Administrativos (sin IGV)</b>	<b>S/401,225.35</b>	<b>S/403,718.82</b>	<b>S/406,426.96</b>	<b>S/409,387.51</b>	<b>S/396,245.99</b>
<b>IGV</b>	<b>S/7,896.48</b>	<b>S/8,345.30</b>	<b>S/8,832.77</b>	<b>S/9,365.67</b>	<b>S/9,952.59</b>
<b>Total Gastos Administrativos (con IGV)</b>	<b>S/409,121.83</b>	<b>S/412,064.12</b>	<b>S/415,259.73</b>	<b>S/418,753.17</b>	<b>S/406,198.58</b>
Descripción	2027	2028	2029	2030	2031
Sueldos Administrativos	S/337,630.25	S/337,630.25	S/337,630.25	S/337,630.25	S/337,630.25
Depreciación	S/3,323.59	S/3,323.59	S/3,323.59	S/3,323.59	S/3,323.59
Servicios	S/54,458.07	S/57,180.97	S/60,040.02	S/63,042.02	S/66,194.12
Insumos de Oficina	S/4,455.52	S/5,792.17	S/7,529.82	S/9,788.77	S/12,725.40
<b>Total Gastos Administrativos (sin IGV)</b>	<b>S/399,867.43</b>	<b>S/403,926.98</b>	<b>S/408,523.68</b>	<b>S/413,784.63</b>	<b>S/419,873.36</b>
<b>IGV</b>	<b>S/10,604.45</b>	<b>S/11,335.17</b>	<b>S/12,162.57</b>	<b>S/13,109.54</b>	<b>S/14,205.51</b>
<b>Total Gastos Administrativos (con IGV)</b>	<b>S/410,471.87</b>	<b>S/415,262.15</b>	<b>S/420,686.26</b>	<b>S/426,894.17</b>	<b>S/434,078.88</b>

#### b. Presupuesto de gastos de ventas

Este presupuesto contempla los gastos de publicidad online, el diseño de la página web y los descuentos. La Tabla 79 presenta el presupuesto anual.

Tabla 79. Presupuesto de gastos de ventas

Descripción	2022	2023	2024	2025	2026
Descuentos	S/24,130.80	S/34,349.76	S/69,171.48	S/30,012.00	S/37,918.80
Publicidad en webs especializadas	S/6,000.00	S/6,000.00	S/4,800.00	S/4,800.00	S/4,800.00
Publicidad en redes sociales	S/6,000.00	S/6,000.00	S/6,000.00	S/4,800.00	S/4,800.00
Diseño de página web	S/3,000.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
<b>Total Gastos de Ventas(sin IGV)</b>	<b>S/39,130.80</b>	<b>S/46,349.76</b>	<b>S/79,971.48</b>	<b>S/39,612.00</b>	<b>S/47,518.80</b>
<b>IGV</b>	<b>S/7,043.54</b>	<b>S/8,342.96</b>	<b>S/14,394.87</b>	<b>S/7,130.16</b>	<b>S/8,553.38</b>
<b>Total Gastos de Ventas (con IGV)</b>	<b>S/46,174.34</b>	<b>S/54,692.72</b>	<b>S/94,366.35</b>	<b>S/46,742.16</b>	<b>S/56,072.18</b>
Descripción	2027	2028	2029	2030	2031
Descuentos	S/46,570.20	S/56,393.04	S/67,202.64	S/78,726.96	S/91,527.24
Publicidad en webs especializadas	S/4,800.00	S/3,600.00	S/3,600.00	S/3,600.00	S/3,600.00
Publicidad en redes sociales	S/4,800.00	S/3,600.00	S/3,600.00	S/3,600.00	S/3,600.00
Diseño de página web	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
<b>Total Gastos de Ventas(sin IGV)</b>	<b>S/56,170.20</b>	<b>S/63,593.04</b>	<b>S/74,402.64</b>	<b>S/85,926.96</b>	<b>S/98,727.24</b>
<b>IGV</b>	<b>S/10,110.64</b>	<b>S/11,446.75</b>	<b>S/13,392.48</b>	<b>S/15,466.85</b>	<b>S/17,770.90</b>
<b>Total Gastos de Ventas (con IGV)</b>	<b>S/66,280.84</b>	<b>S/75,039.79</b>	<b>S/87,795.12</b>	<b>S/101,393.81</b>	<b>S/116,498.14</b>

### c. Presupuesto de gastos financieros

En la Tabla 80 se puede observar los intereses más el ITF del préstamo.

Tabla 80. Presupuesto de gastos financieros

2022	2023	2024	2025	2026
S/157,240.03	S/147,214.09	S/136,060.24	S/123,651.58	S/109,846.94
2027	2028	2029	2030	2031
S/94,489.28	S/77,403.89	S/58,396.39	S/37,250.54	S/13,725.79



## 5.4 Punto de equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio se halla el número mínimo de paquetes agroturísticos y pernoctaciones requeridas para que la diferencia entre los ingresos y los egresos del primer año de operación sea igual a cero. Las Tabla 81 y 82 muestra los costos variables y fijos del proyecto durante el primer año.

Tabla 81. *Costos variables del primer año -Punto de equilibrio*

Tipo de cabaña	Matrimonial	Doble	Triple	Grupal
Precio por noche por persona	S/175.00	S/150.00	S/135.00	S/79.00
Precio por actividades agroturísticas por persona	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00
Precio de alimentación diaria por persona	S/55.00	S/55.00	S/55.00	S/55.00
<b>Total</b>	<b>S/350.00</b>	<b>S/325.00</b>	<b>S/310.00</b>	<b>S/254.00</b>
<b>Costo variable por persona</b>				
Electricidad	S/3.40	S/3.37	S/3.35	S/3.35
Alimentación	S/29.37	S/29.37	S/29.37	S/29.37
Actividades agroturísticas	S/4.30	S/4.30	S/4.30	S/4.30
<b>Costos variables</b>	<b>S/37.07</b>	<b>S/37.04</b>	<b>S/37.02</b>	<b>S/37.02</b>
<b>Contribución Unitaria</b>	<b>S/312.94</b>	<b>S/287.96</b>	<b>S/272.99</b>	<b>S/216.99</b>

Tabla 82. *Costos fijos del primer año -Punto de equilibrio*

Descripción	Monto
Remuneraciones	S/697,985.75
Electricidad	S/34,234.55
Telefonía, Internet y Cable	S/7,114.80
Insumos de oficina	S/1,416.00
Insumos de limpieza	S/5,814.45
Insumos de baño	S/3,876.30
Insumos para cultivos	S/3,830.26
Insumos para granja	S/6,230.40
Gastos de Venta	S/46,174.34

Para hallar el punto de equilibrio, es necesario calcular la contribución unitaria por persona, es decir, el precio de venta unitario de los servicios principales (alojamiento, actividades agroturísticas y alimentación) menos los costos variables unitarios. El resultado es multiplicado por el porcentaje de participación según el tipo de cabaña, definido en el Capítulo 3. Luego, se despeja la variable de punto de equilibrio, tras igualar a la suma de costos fijos. Finalmente, se calcula que serían necesarias 2984 pernoctaciones, las cuales corresponden a 584 en cabañas matrimoniales, 157 en cabañas dobles, 1648 en cabañas triples, 595 en cabañas grupales. En número de cabañas equivale a 292 cabañas matrimoniales, 79 cabañas dobles, 450 cabañas triples y 60 cabañas grupales.

## **5.5 Estados financieros**

En este apartado, se presentan los estados financieros del proyecto a implementar.

### **a. Estado de ganancias y pérdidas**

La Tabla 83 presenta el Estado de Ganancias y Pérdidas del establecimiento en un horizonte de 10 años.

### **b. Módulo de IGV para el Flujo de Caja Económico (FCE) y el Flujo de Caja Financiero (FCF)**

En la Tabla 84 se observa que el IGV a pagar, durante el primer año, es igual a cero. Ello se debe a que se tiene un crédito fiscal a favor igual a S/144,679.97.

### **c. Flujo de Caja Económico y Financiero**

En la Tabla 85 se presenta el FCE y FCF del proyecto. Como se mencionó en el punto 5.3, al término del horizonte del proyecto se recuperará el capital de mediante la liquidación de activos fijos.



Tabla 83. Estado de Ganancias y Pérdidas

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Ingresos	S/762,890.85	S/1,067,834.69	S/1,432,388.93	S/1,855,975.28	S/2,335,893.79	S/2,859,688.12	S/3,448,131.13	S/4,101,612.38	S/4,810,745.47	S/5,578,965.92
Costo de ventas	S/484,860.06	S/514,984.83	S/565,439.34	S/623,413.25	S/700,928.58	S/767,846.02	S/825,627.27	S/958,488.93	S/1,042,311.37	S/1,132,834.61
<b>Utilidad bruta</b>	<b>S/278,030.79</b>	<b>S/552,849.86</b>	<b>S/866,949.59</b>	<b>S/1,232,562.03</b>	<b>S/1,634,965.22</b>	<b>S/2,091,842.10</b>	<b>S/2,622,503.86</b>	<b>S/3,143,123.45</b>	<b>S/3,768,434.10</b>	<b>S/4,446,131.32</b>
Gastos administrativos	S/401,225.35	S/403,718.82	S/406,426.96	S/409,387.51	S/396,245.99	S/399,867.43	S/403,926.98	S/408,523.68	S/413,784.63	S/419,873.36
Gastos de ventas	S/39,130.80	S/46,349.76	S/79,971.48	S/39,612.00	S/47,518.80	S/56,170.20	S/63,593.04	S/74,402.64	S/85,926.96	S/98,727.24
<b>Utilidad operativa</b>	<b>-</b> <b>S/162,325.37</b>	<b>S/102,781.28</b>	<b>S/380,551.15</b>	<b>S/783,562.52</b>	<b>S/1,191,200.43</b>	<b>S/1,635,804.47</b>	<b>S/2,154,983.84</b>	<b>S/2,660,197.12</b>	<b>S/3,268,722.51</b>	<b>S/3,927,530.71</b>
Gastos financieros	S/157,240.03	S/147,214.09	S/136,060.24	S/123,651.58	S/109,846.94	S/94,489.28	S/77,403.89	S/58,396.39	S/37,250.54	S/13,725.79
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>-</b> <b>S/319,565.39</b>	<b>-S/44,432.81</b>	<b>S/244,490.91</b>	<b>S/659,910.95</b>	<b>S/1,081,353.49</b>	<b>S/1,541,315.19</b>	<b>S/2,077,579.95</b>	<b>S/2,601,800.74</b>	<b>S/3,231,471.97</b>	<b>S/3,913,804.92</b>
Impuesto a la renta (29.5%)	S/0.00	S/0.00	S/179,504.29	S/194,673.73	S/318,999.28	S/454,687.98	S/612,886.09	S/767,531.22	S/953,284.23	S/1,154,572.45
<b>Utilidad neta</b>	<b>-</b> <b>S/319,565.39</b>	<b>-S/44,432.81</b>	<b>S/64,986.62</b>	<b>S/465,237.22</b>	<b>S/762,354.21</b>	<b>S/1,086,627.21</b>	<b>S/1,464,693.87</b>	<b>S/1,834,269.52</b>	<b>S/2,278,187.74</b>	<b>S/2,759,232.47</b>

<b>IR**</b>	S/0.00	S/0.00	S/147,517.38	S/213,461.66	S/338,553.49	S/469,711.68	S/622,869.59	S/771,907.51	S/951,422.50	S/1,145,770.92
-------------	--------	--------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	----------------

Tabla 84. Módulo de IGV

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
<b>VENTAS (+)</b>											
IGV Ventas		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		S/137,320.35	S/192,210.24	S/257,830.01	S/334,075.55	S/420,460.88	S/514,743.86	S/620,663.60	S/738,290.23	S/865,934.18	S/1,004,213.87
IGV Ventas Activos											-S/57,166.23
Recuperación de Capital de Trabajo											-S/862.08
<b>Total IGV Ventas</b>											
<b>Compras (-)</b>											
<b>Inversiones</b>											
IGV Activos Fijos Tangibles	S/135,768.18										
IGV Activos Fijos Intangibles	S/8,067.71										
IGV Capital de Trabajo	S/862.08										
<b>Operaciones</b>											
IGV Compras Materia Prima		S/11,677.17	S/16,606.88	S/22,274.14	S/28,966.39	S/36,564.64	S/44,866.73	S/54,281.85	S/64,629.55	S/75,646.03	S/87,868.66
IGV Costos Indirectos de Producción		S/3,490.83	S/3,983.58	S/4,476.33	S/5,297.58	S/5,954.58	S/6,775.83	S/7,761.33	S/8,911.08	S/10,060.83	S/11,210.58
IGV Gastos Administrativos		S/7,896.48	S/8,345.30	S/8,832.77	S/9,365.67	S/9,952.59	S/10,604.45	S/11,335.17	S/12,162.57	S/13,109.54	S/14,205.51
IGV Gastos Ventas		S/7,043.54	S/8,342.96	S/14,394.87	S/7,130.16	S/8,553.38	S/10,110.64	S/11,446.75	S/13,392.48	S/15,466.85	S/17,770.90
<b>Total IGV Neto Anual</b>	<b>S/144,697.97</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-S/931,186.52</b>
Crédito Fiscal	S/144,697.97	S/37,485.64	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
<b>IGV a Pagar</b>		<b>S/0.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-S/931,186.52</b>
			S/117,445.88	S/207,851.91	S/283,315.75	S/359,435.70	S/442,386.23	S/535,838.51	S/639,194.56	S/751,650.93	

Tabla 85. *Flujo de Caja Económico y Financiero*

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
<b>INGRESOS</b>											
Ingresos por ventas		S/762,890.85	S/1,067,834.69	S/1,432,388.93	S/1,855,975.28	S/2,335,893.79	S/2,859,688.12	S/3,448,131.13	S/4,101,612.38	S/4,810,745.47	S/5,578,965.92
Ventas de Activos Fijos											S/317,590.16
Recuperación de capital de trabajo											S/171,291.61
<b>Total Ingresos</b>	<b>S/0.00</b>	<b>S/762,890.85</b>	<b>S/1,067,834.69</b>	<b>S/1,432,388.93</b>	<b>S/1,855,975.28</b>	<b>S/2,335,893.79</b>	<b>S/2,859,688.12</b>	<b>S/3,448,131.13</b>	<b>S/4,101,612.38</b>	<b>S/4,810,745.47</b>	<b>S/6,067,847.69</b>
<b>EGRESOS</b>											
Inversión en Activos Fijos Tangibles	S/2,289,679.68										
Inversión en Activos Fijos Intangibles	S/52,888.32										
Capital de Trabajo	S/171,291.61										
Mano de Obra Directa		S/204,526.09	S/204,526.09	S/220,758.32	S/220,758.32	S/252,411.17	S/268,643.40	S/268,643.40	S/284,064.02	S/300,296.25	S/316,528.48
Material Directo		S/76,550.36	S/108,867.33	S/146,019.37	S/189,890.81	S/239,701.53	S/294,126.33	S/355,847.70	S/423,682.58	S/495,901.78	S/576,027.91
Costo Indirecto de Producción		S/218,951.61	S/222,181.86	S/225,412.11	S/247,028.09	S/251,335.09	S/256,718.84	S/263,179.34	S/324,282.95	S/331,820.20	S/339,357.45
Gastos Administrativos		S/409,121.83	S/412,064.12	S/415,259.73	S/418,753.17	S/406,198.58	S/410,471.87	S/415,262.15	S/420,686.26	S/426,894.17	S/434,078.88
Gastos de Ventas		S/46,174.34	S/54,692.72	S/94,366.35	S/46,742.16	S/56,072.18	S/66,280.84	S/75,039.79	S/87,795.12	S/101,393.81	S/116,498.14
IGV por pagar		S/0.00	S/117,445.88	S/207,851.91	S/283,315.75	S/359,435.70	S/442,386.23	S/535,838.51	S/639,194.56	S/751,650.93	S/931,186.52
Impuesto a la Renta		S/0.00	S/0.00	S/147,517.38	S/213,461.66	S/338,553.49	S/469,711.68	S/622,869.59	S/771,907.51	S/951,422.50	S/1,145,770.92
<b>Total Egresos</b>	<b>S/2,513,859.61</b>	<b>-S/955,324.24</b>	<b>S/1,119,778.01</b>	<b>S/1,457,185.16</b>	<b>S/1,619,949.96</b>	<b>S/1,903,707.73</b>	<b>S/2,208,339.19</b>	<b>S/2,536,680.49</b>	<b>S/2,951,612.99</b>	<b>S/3,359,379.65</b>	<b>S/3,859,448.31</b>
<b>FLUJO ECONÓMICO (1)</b>	<b>S/2,513,859.61</b>	<b>-S/192,433.39</b>	<b>-S/51,943.32</b>	<b>-S/24,796.24</b>	<b>S/236,025.31</b>	<b>S/432,186.06</b>	<b>S/651,348.93</b>	<b>S/911,450.64</b>	<b>S/1,149,999.38</b>	<b>S/1,451,365.82</b>	<b>S/2,208,399.38</b>
<b>PRÉSTAMO</b>											
Préstamo	S/1,508,315.77										
Amortizaciones		S/89,119.43	S/99,145.36	S/110,299.21	S/122,707.88	S/136,512.51	S/151,870.17	S/168,955.56	S/187,963.07	S/209,108.91	S/232,633.66
Intereses		S/157,227.71	S/147,201.77	S/136,047.92	S/123,639.26	S/109,834.62	S/94,476.96	S/77,391.57	S/58,384.07	S/37,238.22	S/13,713.47
ITF	S/75.42	S/12.32	S/12.32	S/12.32	S/12.32	S/12.32	S/12.32	S/12.32	S/12.32	S/12.32	S/12.32
Escudo Tributario		S/46,382.17	S/43,424.52	S/40,134.14	S/36,473.58	S/32,401.21	S/27,870.70	S/22,830.51	S/17,223.30	S/10,985.28	S/4,045.47
<b>FLUJO FINANCIERO NETO (2)</b>	<b>S/1,508,240.35</b>	<b>-S/199,977.28</b>	<b>-S/202,934.93</b>	<b>-S/206,225.32</b>	<b>-S/209,885.87</b>	<b>-S/213,958.24</b>	<b>-S/218,488.75</b>	<b>-S/223,528.94</b>	<b>-S/229,136.15</b>	<b>-S/235,374.18</b>	<b>-S/242,313.98</b>
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO (1+2)</b>	<b>S/1,005,619.26</b>	<b>-S/392,410.66</b>	<b>-S/254,878.25</b>	<b>-S/231,021.55</b>	<b>S/26,139.44</b>	<b>S/218,227.82</b>	<b>S/432,860.18</b>	<b>S/687,921.70</b>	<b>S/920,863.23</b>	<b>S/1,215,991.65</b>	<b>S/1,966,085.40</b>

## 5.6 Evaluación económica y financiera

Para esta evaluación, se utilizará el costo de oportunidad COK calculado en el punto 5.2.1 para estimar el valor actual neto financiero (VANF). Asimismo, se utilizará el costo ponderado de capital para calcular el valor actual neto económico (VANE).

### 5.6.1 Valor Actual Neto (VAN)

En la Tabla 86 se visualiza tanto el Valor actual Neto Económico como el Valor Actual neto Financiero, partiendo de un costo ponderado de capital igual a 8.76% y un costo de oportunidad igual a 10.00%, respectivamente. Al ser ambos, valores positivos, se decide aceptar el proyecto.

Tabla 86. *Valor Actual Neto*

<b>VANE</b>	S/754,967.51
<b>VANF</b>	S/642,308.89

### 5.6.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tabla 87 muestra los niveles alcanzados por la tasa interna de retorno económica (TIRE) y la tasa interna de retorno financiera (TIRF). Se acepta el proyecto ya que ambos TIR son mayores que el WACC (8.78%) y el COK (10.00%).

Tabla 87. *Tasa Interna de Retorno*

<b>TIRE</b>	12%
<b>TIRF</b>	15%

### 5.6.3 Ratio de Beneficio Costo (B/C)

Se obtiene un ratio beneficio igual a 1.04, por lo tanto, al ser mayor a 1 se acepta el proyecto (ver tabla 88).

Tabla 88. *Ratio Beneficio Costo*

B/C	1.04
-----	------





#### 5.6.4 Periodo de recuperación (PR)

Se analizó el flujo económico del proyecto y como se muestra en la Tabla 89, se obtiene un flujo positivo en el quinto año, además la inversión inicial se estaría recuperando en el décimo año.

Tabla 89. *Periodo de recuperación*

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
FCE	- S/2,513,859.61	- S/192,433.39	-S/51,943.32	-S/24,796.24	S/236,025.31	S/432,186.06	S/651,348.93	S/911,450.64	S/1,149,999.38	S/1,451,365.82	S/2,208,399.38
VAN	- S/2,513,859.61	- S/174,931.49	-S/42,924.46	-S/18,627.24	S/161,179.17	S/268,292.57	S/367,569.26	S/467,569.54	S/536,288.21	S/615,269.11	S/851,046.75
ACUMULADO		- S/174,931.49	- S/217,855.96	- S/236,483.20	-S/75,304.03	S/192,988.54	S/560,557.80	S/1,028,127.35	S/1,564,415.55	S/2,179,684.66	S/3,030,731.41

## 5.7 Análisis de sensibilidad

Se evaluará la sensibilidad de los indicadores del proyecto ante posibles variaciones en los ingresos y egresos. Se plantean tres escenarios: pesimista, probable y optimista, para los cuales se utilizará tres costos de oportunidad con una variación de más menos 2 puntos porcentuales respecto al que se utilizó en los apartados previos. Es decir, se tendrá un COK igual a 8 para riesgo bajo, COK igual a 10 para riesgo moderado y COK igual a 12 para riesgo alto. El VAN esperado se calcula de la siguiente manera:

$$E(VAN) = \frac{VAN \text{ optimista}}{6} + \frac{VAN \text{ probable}}{6} + \frac{VAN \text{ pesimista}}{6}$$

### 5.7.1 Ingresos

#### a. Precio

Se evaluará esta variable modificando el precio de alojamiento en las cabañas y de las actividades agroturísticas. Se plantea las siguientes variaciones:

- Escenario optimista: Incremento de precios en un 5% para generar mayores ingresos.
- Escenario probable: Los precios se mantienen
- Escenario pesimista: Reducción de precios en 5% ante el posible ingreso de un nuevo competidor y cambio en la coyuntura nacional.

Los nuevos valores de los indicadores se visualizan en la Tabla 90. Se puede observar que todos los TIRE y TIRF son mayores que el costo de oportunidad. Además, los VANE y VANF para todos los escenarios, son mayores a cero. Sin embargo, el B/C para un COK de 12% en el escenario pesimista es menor a 1, por lo tanto, el proyecto no sería viable bajo este contexto, ya que costos son mayores que los beneficios. Sin embargo, el proyecto si sería viable bajo los demás escenarios.

Tabla 90. Variación de indicadores por la variación del precio

COK=8%						
Variación	VANE	VANF	TIRE	TIRF	B/C	PR
Sube 5%	S/1,266,464.48	S/1,313,111.32	14%	17%	1.08	9
Se mantiene	S/958,984.07	S/1,006,967.53	12%	15%	1.06	9
Baja 5%	S/651,503.67	S/700,823.74	11%	13%	1.04	10
COK=10%						
Variación	VANE	VANF	TIRE	TIRF	B/C	PR
Sube 5%	S/1,047,843.54	S/912,720.13	14%	17%	1.06	10
Se mantiene	S/754,967.51	S/642,308.89	12%	15%	1.04	10
Baja 5%	S/462,091.48	S/371,897.65	11%	13%	1.02	10
COK=12%						
Variación	VANE	VANF	TIRE	TIRF	B/C	PR
Sube 5%	S/847,247.95	S/589,109.40	14%	17%	1.03	10
Se mantiene	S/567,969.27	S/348,891.68	12%	15%	1.01	10
Baja 5%	S/288,690.58	S/108,673.97	11%	13%	0.99	>10

## b. Demanda

Esta variable, que afecta directamente a los ingresos, será evaluada de la siguiente manera:

- Escenario optimista: Incremento de la demanda en un 5%
- Escenario probable: La demanda se mantiene
- Escenario pesimista: Reducción de 25% por coyunturas nacionales o desastres naturales.

En la Tabla 91 se puede observar que, el único escenario donde el proyecto no sería viable es bajo un escenario pesimista, ya que ninguno de los indicadores resulta favorable. En contraparte, si la demanda es mayor o se mantiene, los indicadores VANE y VANF indican que el proyecto es rentable, además el TIRE y TIRF son mayores que el costo de oportunidad y se obtiene un costo beneficio mayor a 1.

Tabla 91. Variación de indicadores por la variación de la demanda

COK=8%						
Variación	VANE	VANF	TIRE	TIRF	B/C	PR
Sube 5%	S/1,342,560.19	S/1,388,862.16	14%	18%	1.09	9
Se mantiene	S/958,984.07	S/1,006,967.53	12%	15%	1.06	9
Baja 25%	-S/992,474.37	-S/936,011.50	3%	1%	0.92	>10
COK=10%						
Variación	VANE	VANF	TIRE	TIRF	B/C	PR
Sube 5%	S/1,120,470.35	S/979,922.94	14%	18%	1.06	9
Se mantiene	S/754,967.51	S/642,308.89	12%	15%	1.04	10
Baja 25%	-S/1,103,809.06	-S/1,073,837.66	3%	1%	0.89	>10
COK=12%						
Variación	VANE	VANF	TIRE	TIRF	B/C	PR
Sube 5%	S/916,641.20	S/649,068.66	14%	18%	1.03	10
Se mantiene	S/567,969.27	S/348,891.68	12%	15%	1.01	10
Baja 25%	-S/1,204,479.89	-S/1,175,397.76	3%	1%	0.86	>10

### 5.7.1 Egresos

#### a. Costo de materia prima

Se plantea evaluar los costos de materia prima según las variaciones que se describen a continuación:

- Escenario optimista: Reducción de costos en 5% debido a negociaciones con los proveedores.

- Escenario probable: El precio se mantiene
- Escenario pesimista: Incremento de 40% por falta de acceso al centro agroturístico debido a desastres naturales o fenómeno del niño que afecta el norte del país.

La Tabla 92 muestra los valores que asumen los indicadores según la variación en el costo de materia prima y el COK. De los resultados obtenidos, se concluye que la implementación del proyecto resulta rentable para los tres escenarios cuando el COK es 8% o 10%, ya que los indicadores VANE y VANF son positivos, además el TIRE y TIRF son mayores que el costo de oportunidad. Asimismo, el beneficio costo es mayor a la unidad en todos los casos, con una recuperación de la inversión en un promedio de 10 años. Sin embargo, ante un escenario pesimista, cuando el costo de materia prima sube un 40% y se evalúa el proyecto con un COK igual a 12%, el beneficio costo es menor a 1, por lo tanto, no sería viable.

Tabla 92. Variación de indicadores por la variación del costo de materia prima

COK=8%						
Variación	VANE	VANF	TIRE	TIRF	B/C	PR
Sube 40%	S/533,025.84	S/582,817.16	11%	12%	1.03	10
Se mantiene	S/958,984.07	S/1,006,967.53	12%	15%	1.06	9
Baja 5%	S/1,012,228.85	S/1,059,986.33	13%	15%	1.07	9
COK=10%						
Variación	VANE	VANF	TIRE	TIRF	B/C	PR
Sube 40%	S/349,547.30	S/268,256.13	11%	12%	1.01	10
Se mantiene	S/754,967.51	S/642,308.89	12%	15%	1.04	10
Baja 5%	S/805,645.03	S/689,065.49	13%	15%	1.04	10
COK=12%						
Variación	VANE	VANF	TIRE	TIRF	B/C	PR
Sube 40%	S/181,663.82	S/17,133.32	11%	12%	0.98	>10
Se mantiene	S/567,969.27	S/348,891.68	12%	15%	1.01	10
Baja 5%	S/616,257.45	S/390,361.48	13%	15%	1.01	10

## Capítulo 6: Conclusiones

En base al estudio de prefactibilidad realizado se obtienen las siguientes conclusiones:

- En el análisis estratégico se observó que la preferencia por acudir a sitios en La Libertad, rodeados de naturaleza y con actividades al aire libre, es creciente. Esto implica un escenario favorable para ofrecer servicios agroturísticos. Ello se ve sustentado por la recuperación rápida del sector turismo pese a la caída que tuvo debido a la pandemia y a la tendencia de viaje que adoptó el turista postcuarentena. Esta mejora permite que la región de interés siga recibiendo turistas gracias a la Estrategia Nacional para la Reactivación del Sector Turismo y al soporte económico mediante programas. Se adoptará una estrategia de Diferenciación de servicios pese a que se identificó un bajo número competidores.
- El estudio de mercado permitió evidenciar una demanda creciente en el turismo de naturaleza en la región La Libertad y por ende una oportunidad para el desarrollo del agroturismo. Los factores de la demanda fueron los turistas que viajan por vacaciones, la preferencia por actividades en la naturaleza y el tipo de alojamiento. La oferta está compuesta por establecimientos que ofrecen al menos 2 servicios iguales o similares al del proyecto. Se halló que la oferta existente no tiene diversidad de servicios y el posicionamiento de las marcas es baja. La estrategia de posicionamiento y crecimiento del proyecto estará enfocada en una agresiva campaña de marketing en redes sociales, y en ofrecer un servicio de calidad y con excelente servicio al cliente para promover la difusión de persona a persona.

- La demanda del proyecto representa un 5% de la demanda insatisfecha, ya que se adoptó una postura conservadora, esta es creciente en el horizonte (10 años) y cuenta con estacionalidad en los meses enero y julio. El Fundo Agroturístico ofrecerá el involucramiento de los turistas con las actividades productivas a desarrollarse en las 26.4 hectáreas que posee, además dispondrá de cabañas matrimoniales, dobles, triples y grupales. Las cabañas triples son las que tienen mayor participación (55.26%) y se dispondrá de un total de 10. También se plantea ofrecer zonas comunes en un entorno natural.
- Se eligió el distrito de San José para la implementación del proyecto. Ello fue debido a que para los fines agroturísticos requeridos cuenta con terrenos a precios accesibles y con capacidad para la producción gran variedad de frutales, además está ubicado estratégicamente para un acceso fácil de la demanda. Se optó por un terreno de 26.4 hectáreas, de las cuales el 98% estará destinado a los servicios agroturísticos y de esparcimiento. La elección del mobiliario y los equipos favorecerán la comodidad y satisfacción del cliente y del personal del fundo.
- En el estudio organizacional y legal se cataloga a la empresa como Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada, conformada por 4 accionistas, quienes aportarán el capital en partes igualitarias. Respecto a la estructura organizacional, se estableció un organigrama vertical, este incluye un Gerente General, 4 personas en el área administrativa lideradas por un Jefe Administrativo y un Jefe de operaciones a cargo de 23 personas en el área. Como la demanda del proyecto es creciente, el número de personal va aumentando en el

horizonte. La cantidad de personal administrativo se mantiene, pero el de operaciones aumenta a 34 en el año 10.

- En el estudio económico y financiero se determinó que la inversión para la implementación del establecimiento asciende a S/2,513,859.61, el 60% será financiado por BanBif a cuotas fijas mensuales con un TEA de 11.25% en un plazo de 10 años. Tras la evaluación económica y financiera, se concluye que el proyecto es viable, por los indicadores fueron positivos: VANE (S/ 754,967.51) y VANF (S/ 642,308.89) mayores que 0, TIRE (12%) y TIRF (15%) mayores que el COK (10.00%,) y WACC (8.76%), un ratio de beneficio costo (B/C) de 1.04 (mayor a 1). Finalmente, la inversión se recupera en el séptimo año.



## BIBLIOGRAFÍA

### AGENCIA AGRARIA DE NOTICIAS

2019 “La Libertad es líder en producción nacional de arándano, palta y espárrago”. Agencia Agraria de noticias. Lima, 20 de setiembre. Consulta: 25 de abril de 2021.

<https://agraria.pe/noticias/la-libertad-es-lider-en-produccion-nacional-de-arandano-palt-19872#:~:text=De%20manera%20general%2C%20La%20Libertad,%2C%20ar%C3%A1ndano%2C%20esp%C3%A1rrago%20y%20mango>

### ANDINA

2018 “Inversiones en el sector turismo hacia el 2021 ascienden a US\$ 2,500 millones”. Andina. Lima, 11 de junio. Consulta: 02 de mayo de 2021.

<https://andina.pe/agencia/noticia-inversiones-el-sector-turismo-hacia-2021-ascienden-a-2500-millones-712992.aspx>

### BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ (BCR)

2021 reporte de inflación. Lima. Consulta: 16 de mayo de 2021.

<https://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/reporte-de-inflacion.html>

### BBVA

¿Qué es el turismo sostenible? Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-el-turismo-sostenible/>

**BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ**

2021 Consulta: 01 de diciembre de 2021

<https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/diarias/resultados/PD31894DD/html>

**BERUMEN, S., & LLAMAZARES, F.**

2007 La utilidad de los métodos de decisión multicriterio (como el AHP) en un entorno de competitividad creciente. Cuadernos de Administración, 20(34). Consulta: 07 de noviembre de 2021 <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v20n34/v20n34a04.pdf>

**BOOKING**

Hacienda Solano. Consulta: 29 de junio de 2021.

<https://www.booking.com/hotel/pe/bungalows-en-hs.es.html?activeTab=main>

**BOOKING**

Salmucho. Consulta: 29 de junio de 2021.

<https://www.booking.com/hotel/pe/salmuche-lodge.es.html?aid=356980&label=gog235jc->

**COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL  
TURISMO (Promperú)**

2021 PERFIL DEL POTENCIAL VACACIONISTA DIGITAL POSCUARENTENA [reporte].  
Lima. Consulta: 02 de mayo de 2021.

<https://www.promperu.gob.pe/turismoin/Sitio/VisorDocumentos?titulo=PERFIL%20DEL%20POTENCIAL%20VACACIONISTA%20DIGITAL%20POSCUARENTENA&url=~/Uploads/infografias/1105/Digital.pdf&nombObjeto=Infograf%C3%ADas>

COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL  
TURISMO (Promperú)

2020 Intención de viaje del peruano poscuarentena – Diciembre [reporte]. Lima. Consulta: 16 de mayo de 2021.

[https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Intenci%C3%B3n%20de%20viaje%20del%20peruano%20poscuarentena%20-%20Diciembre&url=Uploads/infografias/1099/Intenci%C3%B3n%20del%20viaje%20del%20peruano%20poscuarentena%20diciembre%202020%20\(1\).pdf&nombObjeto=BibliotecaReportes&back=/TurismoIn/&issuuid=0](https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Intenci%C3%B3n%20de%20viaje%20del%20peruano%20poscuarentena%20-%20Diciembre&url=Uploads/infografias/1099/Intenci%C3%B3n%20del%20viaje%20del%20peruano%20poscuarentena%20diciembre%202020%20(1).pdf&nombObjeto=BibliotecaReportes&back=/TurismoIn/&issuuid=0)

COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL  
TURISMO (Promperú)

2020 Intención de viaje del peruano poscuarentena – Diciembre [reporte]. Lima. Consulta: 16 de mayo de 2021.

[https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Intenci%C3%B3n%20de%20viaje%20del%20peruano%20poscuarentena%20-%20Diciembre&url=Uploads/infografias/1099/Intenci%C3%B3n%20del%20viaje%20del%20peruano%20poscuarentena%20diciembre%202020%20\(1\).pdf&nombObjeto=BibliotecaReportes&back=/TurismoIn/&issuuid=0](https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Intenci%C3%B3n%20de%20viaje%20del%20peruano%20poscuarentena%20-%20Diciembre&url=Uploads/infografias/1099/Intenci%C3%B3n%20del%20viaje%20del%20peruano%20poscuarentena%20diciembre%202020%20(1).pdf&nombObjeto=BibliotecaReportes&back=/TurismoIn/&issuuid=0)

COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL  
TURISMO (Promperú)

2021 Conoce al turista extranjero [encuestas]. Lima. Consulta: 13 de junio de 2021.

<https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt>

COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL  
TURISMO (Promperú)

2021 Conoce al turista nacional [encuestas]. Lima. Consulta: 13 de junio de 2021.

<https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/PerfVacacionistaNac>

CONGRESO DE LA REPÚBLICA

2009 Ley N° 29408. Ley general de turismo. Lima, 18 de setiembre.

<http://apoturperu.org/wp->

[content/uploads/2014/11/LEY\\_GENERAL\\_DE\\_TURISMO\\_LEY29408.pdf](http://apoturperu.org/wp-content/uploads/2014/11/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408.pdf)

COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL  
TURISMO (Promperú)

2021 Perfil del turista nacional postcuarentena-Nuevo. Consulta: 27 de febrero de 2022.

<https://www.promperu.gob.pe/turismoin/sitio/VisorDocumentos?titulo=PERFIL%20DEL%20V>

[ACACIONISTA%20NACIONAL%20POSCUARENTENA%20-](https://www.promperu.gob.pe/turismoin/sitio/VisorDocumentos?titulo=PERFIL%20DEL%20V)

[%20NUEVO&url=Uploads/infografias/1108/Perfil%20del%20Vacacionista%20Nacional%20Po](https://www.promperu.gob.pe/turismoin/sitio/VisorDocumentos?titulo=PERFIL%20DEL%20V)

[scuarentena.pdf&nombObjeto=BibliotecaReportes&back=/TurismoIn/&issuuid=0](https://www.promperu.gob.pe/turismoin/sitio/VisorDocumentos?titulo=PERFIL%20DEL%20V)

DAMODARAM, A.

2021 Consulta: 01 de diciembre de 2021

[https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New\\_Home\\_Page/datafile/Betas.html](https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html)

DAMODARAN, A.

2021 Country Default Spreads and Risk Premi. Consulta: 01 de diciembre de 2021

[http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New\\_Home\\_Page/datafile/ctryprem.html](http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/ctryprem.html)

DIARIO GESTIÓN

2021 Riesgo país de Perú bajó dos puntos básicos y cerró en 1.62 puntos porcentuales. Consulta: 01 de diciembre de 2021

<https://gestion.pe/economia/riesgo-pais-de-peru-bajo-dos-puntos-basicos-y-cerro-en-162-puntos-porcentuales-noticia/>

EL PERUANO

2021 Aprueban los Valores Unitarios Oficiales de Edificación para las localidades de Lima Metropolitana y la Provincia Constitucional del Callao, la Costa, la Sierra y la Selva, vigentes para el Ejercicio Fiscal 2022. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-los-valores-unitarios-oficiales-de-edificacion-para-resolucion-ministerial-n-350-2021-vivienda-2006614-1/>

EL PERUANO

2021 Sector turismo aportaría 2.5% al PBI el presente año. Consulta: 27 de febrero del 2022.

<https://elperuano.pe/noticia/138297-sector-turismo-aportaria-25-al-pbi-el-presente-ano>

**FUSION AGENCY**

2021 Performance Branding. Consulta: 28 de noviembre de 2021

<https://fusionagency.org/servicios/branding/>

**FACEBOOK FOR BUSINESS**

Anuncios de Facebook. Consulta: 09 de julio del 2021

<https://www.facebook.com/business/ads>

**GOB.PE PLATAFORMA DIGITAL ÚNICA DEL ESTADO PERUANO**

Acceder al Fondo de Apoyo Empresarial a la MYPE (FAE-MYPE). Consulta: 17 de mayo de 2021.

<https://www.gob.pe/9096-acceder-al-fondo-de-apoyo-empresarial-a-la-mype-fae-mype>

**GOB.PE PLATAFORMA DIGITAL ÚNICA DEL ESTADO PERUANO**

2021 *Plataforma digital única del Estado Peruano*. Consulta: 21 de Noviembre de 2021

<https://www.gob.pe/8878-acceder-a-la-mesa-de-partes-virtual-mpv-sunat>

**GOB.PE PLATAFORMA DIGITAL ÚNICA DEL ESTADO PERUANO**

2021 *Plataforma digital única del Estado Peruano*. Consulta: 21 de Noviembre de 2021

<https://www.gob.pe/254-tipos-de-empresa-razon-social-o-denominacion>

**GOB.PE PLATAFORMA DIGITAL ÚNICA DEL ESTADO PERUANO**

2021 *Plataforma digital única del Estado Peruano*. Consulta: 21 de Noviembre de 2021, de

<https://www.gob.pe/7918-impuesto-selectivo-al-consumo-isc>

## GOB.PE PLATAFORMA DIGITAL ÚNICA DEL ESTADO PERUANO

2021 *Medidas para enfrentar la pandemia según nivel de alerta y región.* Consulta: 21 de noviembre 2021

<https://www.gob.pe/12365-coronavirus-medidas-para-enfrentar-la-pandemia-segun-nivel-de-alerta-y-region>

## GOB.PE PLATAFORMA DIGITAL ÚNICA DEL ESTADO PERUANO

2021 *Plataforma digital única del Estado Peruano.* Consulta: 21 de Noviembre de 2021, de

<https://www.gob.pe/7960-impuesto-a-las-transacciones-financieras-itf>

## GOBIERNO REGIONAL LA LIBERTAD

Directorio de hospedajes 2018. Consulta: 09 de julio del 2021

<https://www.regionlalibertad.gob.pe/directorio-turismo/directorio-de-hospedajes>

## GOB.PE PLATAFORMA DIGITAL ÚNICA DEL ESTADO PERUANO

2021 *La Libertad.* Consulta: 02 de mayo de 2021.

<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/1082064-pertur-la-libertad>

## GOB.PE PLATAFORMA DIGITAL ÚNICA DEL ESTADO PERUANO

2022 *Medidas para enfrentar la pandemia según nivel de alerta y región.* Consulta: 27 de febrero del 2022.

<https://www.gob.pe/12365-coronavirus-medidas-para-enfrentar-la-pandemia-segun-nivel-de-alerta-y-region>

## GODADDY

2021 *Construir tu página web es muy fácil*. Consulta: 28 de Noviembre de 2021

<https://www.godaddy.com/es>

## HIDRANDINA

Zona de concesión. Consulta: 23 de mayo de 2021.

<https://www.distriluz.com.pe/hidrandina/index.php/nosotros>

## HOTELTUR

El boom de la energía renovable para los hoteles. Consulta: 02 de mayo de 2021.

[https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/025272\\_el-boom-de-la-energia-renovable-para-los-hoteles.html](https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/025272_el-boom-de-la-energia-renovable-para-los-hoteles.html)

## INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA

Arribos, pernoctaciones y permanencia, según procedencia de los huéspedes, 2003 – 2020.

Consulta: *27 de junio del 2021*.

[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1754/laliber.htm](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1754/laliber.htm)

## INSTITUTO PERUANO DE ECONOMÍA (IPE)

2020 Informe IPE Impacto del COVID-19 en la economía peruana. Lima. Consulta: 01 de mayo de 2021.

<https://www.ipe.org.pe/portal/wp-content/uploads/2020/07/INFORME-IPE-16.pdf>



## INTRODUCCIÓN

CAPALDI, Colin, Raelyne DOPKO, John, ZELENSKI

2014 The relationship between nature connectedness and happiness: A meta-analysis. *Frontiers in Psychology*, 5, 1. Doi: 10.3389/fpsyg.2014.00976.

IRINA, María

2017 Ecotourism, agro-tourism and rural tourism in the European Union. Conferencia CACTUS 2017 - Contemporary Approaches and Challenges of Tourism Sustainability. Predeal, octubre. Consulta: 17 de mayo de 2021.

[https://www.researchgate.net/publication/320272966\\_Ecotourism\\_agro-tourism\\_and\\_rural\\_tourism\\_in\\_the\\_European\\_Union](https://www.researchgate.net/publication/320272966_Ecotourism_agro-tourism_and_rural_tourism_in_the_European_Union)

CACHAY, J

2021 Turismo vivencial y desarrollo territorial, para una propuesta de zonificación turística para la valoración del territorio en Celendín – Cajamarca. Consulta: 26 de febrero de 2022.

LA CAMARA DE COMERCIO

2021 Balance de desempeño de la economía peruana en el 2021. Consulta: 27 de febrero de 2022. <https://lacamara.pe/balance-del-desempeno-de-la-economia-peruana-en-el-2021/>

FUNDO LLUTIS

2022 Bienvenidos a Fundo Llutis Agroturismo. Consulta 04 de marzo de 2022. <https://www.fundollutis.com/>

## MARCA PERÚ

Perú entre los países con mayor biodiversidad del planeta. Consulta: 01 de mayo de 2021.

<https://peru.info/es-pe/turismo/noticias/3/18/peru-entre-los-paises-con-mayor-biodiversidad-del-planeta>

## MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS (MEF)

Medidas para mitigar la emergencia – Soporte a las empresas. Consulta: 16 de abril de 2021.

<https://www.mef.gob.pe/planeconomicocovid19/soporteempresas.html>

## MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS (MEF)

MEF: valor proyectado del PBI para el 2022 se eleva de S/ 563 000 millones, según el MMM, a S/ 572 000 de millones. Consulta: 27 de febrero de 2022.

[https://www.mef.gob.pe/index.php/?option=com\\_content&view=article&id=7270&Itemid=101108&lang=es](https://www.mef.gob.pe/index.php/?option=com_content&view=article&id=7270&Itemid=101108&lang=es)

## MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (MINCETUR)

2021 Resolución Viceministerial N° 0004-2021-Mincetur/VMT. Lima, 26 de abril. Consulta: 02 de mayo de 2021.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1764327/RVM%20N%20004-2021-MINCETUR-VMT%20%2B%20Anexo.pdf.pdf>

## MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (MINCETUR)

*Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.* Consulta: 21 de Noviembre de 2021.

<https://www.mincetur.gob.pe/turismo/normas-legales/beneficios-tributarios/>

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (MINCETUR)

*Normatividad*. Consulta 21 de Noviembre de 2021

<https://www.mincetur.gob.pe/funciones-y-normatividad-2/normatividad/>

MINISTERIO DE DESARROLLO AGRARIO Y RIEGO (MINAGRI)

2015 Manual del cálculo de eficiencia para sistemas de riego. Lima. Consulta: 17 de mayo de 2021.

[https://www.minagri.gob.pe/portal/download/pdf/manual-riego/manual\\_determinacion\\_eficiencia\\_riego.pdf](https://www.minagri.gob.pe/portal/download/pdf/manual-riego/manual_determinacion_eficiencia_riego.pdf)

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (MINCETUR)

2015 Decreto Supremo N° 001-2015-MINCETUR. Lima, 31 de enero. Consulta: 02 de mayo de 2021.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/34744/Imagen.aspx.pdf>

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (MINCETUR)

2021 DECRETO SUPREMO N° 005-2021-MINCETUR. Lima, 08 de marzo. Consulta: 02 de mayo de 2021.

<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-aprueba-la-modificacion-del-reglamento-d-decreto-supremo-n-005-2021-mincetur-1944839-2/>

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (MINCETUR)

2021 Resolución Ministerial N° 062-2021-MINCETUR. Lima, 27 de abril. Consulta: 02 de mayo de 2021.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1861539/R.%20M.%20062-2021-MINCETUR%20EXP.%201395309.pdf.pdf>

#### MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (MINCETUR)

2021 Resolución Viceministerial N° 0004-2021-Mincetur/VMT. Lima, 26 de abril. Consulta: 02 de mayo de 2021.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1764327/RVM%20N%20004-2021-MINCETUR-VMT%20%2B%20Anexo.pdf.pdf>

#### MORAN, J.

2015 Construir con Bambú Manual de construcción. Lima. Consulta: 14 de noviembre de 2021

[http://www3.vivienda.gob.pe/dnc/archivos/Estudios\\_Normalizacion/Manual-Construccion-Bambu.pdf](http://www3.vivienda.gob.pe/dnc/archivos/Estudios_Normalizacion/Manual-Construccion-Bambu.pdf)

#### PERTUR

2019 Plan estratégico Regional de Turismo de La Libertad 2019-2028. Consulta: 02 de mayo de 2021.

<http://www.descentralizacion.gob.pe/wp-content/uploads/2020/12/45-Pertur-La-Libertad-2019-2028.pdf>

#### PORTER, Michael

1997 Estrategia Competitiva. 37. México D.F.: Continental S.A.

#### PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO

El turismo que queremos tras esta pandemia. Consulta: 26 de abril de 2021.

<https://www.pe.undp.org/content/peru/es/home/presscenter/articles/2020/el-turismo-que-queremos-tras-esta-pandemia.html>

#### PORTAL TURISMO

Viajala.com revela perfil de viajero peruano en pandemia. Consulta: 18 de abril de 2021.

<https://portaldeturismo.pe/noticia/viajala-com-revela-perfil-de-viajero-peruano-en-pandemia/>

#### POSADA DEL CERRO

Quienes somos. Consulta: 9 de julio de 2021.

<https://posadadelcerrotrujillo.com/nosotros.php>

#### RPP NOTICIAS

2018 “¿Cuánto puedo ahorrar si uso bombillas LED?”. RPP Noticias. Lima, 15 de noviembre. Consulta: 02 de mayo de 2021.

[https://rpp.pe/campanas/contenido-patrocinado/cuanto-puedo-ahorrar-si-uso-bombillas-led-noticia-](https://rpp.pe/campanas/contenido-patrocinado/cuanto-puedo-ahorrar-si-uso-bombillas-led-noticia-1163471#:~:text=Una%20bombilla%20LED%20consume%20hasta,menos%20que%20un%20foco%20ahorrador.)

[1163471#:~:text=Una%20bombilla%20LED%20consume%20hasta,menos%20que%20un%20foco%20ahorrador.](https://rpp.pe/campanas/contenido-patrocinado/cuanto-puedo-ahorrar-si-uso-bombillas-led-noticia-1163471#:~:text=Una%20bombilla%20LED%20consume%20hasta,menos%20que%20un%20foco%20ahorrador.)

#### SAGAP, N., SAGAP, R., & SAGAP, J

2014 Preparación y Evaluación de Proyectos. McGraw Hill. Consulta: 29 de Noviembre de 2021

<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1243/1/Sapag-proyectos%206ta%20edici%C3%B3n.pdf>

## SISTEMA NACIONAL DE PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO NACIONAL

2011 *Municipalidad San Pedro de Lloc*. Consulta: 07 de noviembre de 2021

[http://www.munisanpedrodelloc.gob.pe/PDC\\_PROV.PACASMAYO\\_AL\\_2021.pdf](http://www.munisanpedrodelloc.gob.pe/PDC_PROV.PACASMAYO_AL_2021.pdf)

## SUNAT

2020 *Rentas de tercera categoría*. Lima. Consulta: 21 de noviembre de 2021

[https://renta.sunat.gob.pe/sites/default/files/inline-files/cartilla%20Instrucciones%20Empresa\\_2\\_0.pdf](https://renta.sunat.gob.pe/sites/default/files/inline-files/cartilla%20Instrucciones%20Empresa_2_0.pdf)

## SOCIEDAD DE COMERCIO EXTERIOR DEL PERÚ (COMEX)

2021 Reporte trimestral Año 5 - N°17. Lima. Consulta: 01 de mayo de 2021.

<https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/infocomex/infocomex017.pdf>

## SOLUCIONES DE TECNOLOGÍA EN INFORMACIÓN

2019 Software de Gestión SICO HOTELES. Lima. Consulta: 15 de octubre del 2021.

<https://soinfos.com/soluciones/software-para-hoteles-hostales-alojamientos-peru/>

Tributarios, V. C. (2021). *¿Qué incluye la Creacion de Empresa?*. Consulta: 28 de noviembre de 2021

[https://villamares.com.pe/servicio/constituir-una-empresa/?gclid=Cj0KCQiA7oyNBhDiARIsADtGRZZmW5YlxHo3zlryfk6ip-SQwzRIRUFICk-DDDuxrJAF8cZeZuD8iDMQaAoL4EALw\\_wcB](https://villamares.com.pe/servicio/constituir-una-empresa/?gclid=Cj0KCQiA7oyNBhDiARIsADtGRZZmW5YlxHo3zlryfk6ip-SQwzRIRUFICk-DDDuxrJAF8cZeZuD8iDMQaAoL4EALw_wcB)

## WEATHER SPARK

2021 *Weather Spark*. Consulta: 07 de Noviembre de 2021.

<https://es.weatherspark.com/y/19252/Clima-promedio-en-Pacasmayo-Per%C3%BA-durante-todo-el-a%C3%B1o>

## THE NATIONAL AGRICULTURAL LAW CENTER

Agritourism – An Overview. Consulta: 18 de abril de 2021.

<https://nationalaglawcenter.org/overview/agritourism/>

## TRIPADVISOR

Casa Cumbay Club de Campo. Consulta: 29 de junio de 2021.

[https://www.tripadvisor.com.pe/Hotel\\_Review-g298444-d3684060-Reviews-Casa\\_Cumbray\\_Club\\_de\\_Campo-Trujillo\\_La\\_Libertad\\_Region.html](https://www.tripadvisor.com.pe/Hotel_Review-g298444-d3684060-Reviews-Casa_Cumbray_Club_de_Campo-Trujillo_La_Libertad_Region.html)

## ANEXOS

### ANEXO A Cálculo del número de arribos nacionales a La Libertad

La información sobre los arribos mensuales desde el 2015 hasta setiembre del 2021 son extraídos de la página web de MINCETUR. Sin embargo, para el último trimestre es necesario estimarlos en base a los meses de los años anteriores. Para ello, se calcula el porcentaje que representa cada uno respecto al total de los 6 meses, dado que se conoce el total de turistas que visitaron la región en el 2021 durante ese periodo. Luego de ello, se calcula el promedio de los porcentajes hallados.

2015	2016	2017	2018	2019	2020	Promedio
17%	17%	16%	15%	16%	20%	<b>17%</b>
16%	16%	17%	16%	16%	23%	<b>17%</b>
18%	16%	16%	17%	17%	30%	<b>19%</b>

Finalmente, se multiplican los porcentajes calculados por el total de arribos durante los meses de octubre, noviembre y diciembre del año 2021.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Enero</b>	174824	151502	172596	144796	162857	200677	102182
<b>Febrero</b>	148751	134066	152791	131009	145277	205273	95533
<b>Marzo</b>	152810	136922	116391	141800	143635	65463	115382
<b>Abril</b>	147523	135327	121364	133455	133217	299	101398
<b>Mayo</b>	145203	137340	134585	106517	141629	3469	95843
<b>Junio</b>	150492	138413	136038	135112	153795	7551	102157
<b>Julio</b>	170793	173891	152972	148489	173903	27617	89682
<b>Agosto</b>	157374	177811	154463	152645	171768	31299	90048
<b>Septiembre</b>	152434	156626	143507	134191	159890	47983	87160
<b>Octubre</b>	166699	165595	141590	130305	162343	79235	96483
<b>Noviembre</b>	152040	163933	145099	135474	158770	91634	98482
<b>Diciembre</b>	170214	162769	135591	143360	164293	117792	106797
<b>Total</b>	<b>1889157</b>	<b>1834195</b>	<b>1706987</b>	<b>1637153</b>	<b>1871377</b>	<b>878292</b>	<b>1181147</b>



Se optó por ese procedimiento con el propósito de disminuir el error en el cálculo, ya que tomando el porcentaje que representa cada mes respecto al total del último trimestre no afecta la proporción y se obtiene un resultado más preciso.



## ANEXO B Cálculo de los índices de estacionalidad de la demanda histórica

Para este cálculo se optó por aplicar el promedio móvil centrado con igual a 12 para los arribos históricos desde el 2015 al 2019.

Mes	Demanda histórica	Promedio Móvil Centrado (n=12)	Índice de estacionalidad
Ene-15	928		
Feb-15	789		
Mar-15	811		
Abr-15	783		
May-15	771		
Jun-15	799	836	0.96
Jul-15	906	911	0.99
Ago-15	835	981	0.85
Set-15	809	1051	0.77
Oct-15	885	1123	0.79
Nov-15	807	1197	0.67
Dic-15	903	1270	0.71
Ene-16	1835	1370	1.34
Feb-16	1624	1480	1.10
Mar-16	1659	1571	1.06
Abr-16	1639	1664	0.98
May-16	1664	1763	0.94
Jun-16	1677	1852	0.91
Jul-16	2106	1812	1.16
Ago-16	2154	1777	1.21
Set-16	1897	1715	1.11
Oct-16	2006	1658	1.21
Nov-16	1986	1607	1.24
Dic-16	1972	1557	1.27
Ene-17	1358	1482	0.92
Feb-17	1203	1404	0.86
Mar-17	916	1340	0.68
Abr-17	955	1265	0.75
May-17	1059	1195	0.89
Jun-17	1071	1120	0.96
Jul-17	1204	1167	1.03
Ago-17	1216	1212	1.00
Set-17	1130	1293	0.87
Oct-17	1114	1362	0.82
Nov-17	1142	1392	0.82
Dic-17	1067	1453	0.73
Ene-18	1929	1517	1.27

Mes	Demanda histórica	Promedio Móvil Centrado (n=12)	Índice de estacionalidad
Feb-18	1745	1585	1.10
Mar-18	1889	1640	1.15
Abr-18	1778	1692	1.05
May-18	1419	1747	0.81
Jun-18	1800	1818	0.99
Jul-18	1978	1980	1.00
Ago-18	2033	2124	0.96
Set-18	1788	2252	0.79
Oct-18	1736	2368	0.73
Nov-18	1805	2531	0.71
Dic-18	1910	2687	0.71
Ene-19	3883	2868	1.35
Feb-19	3464	3039	1.14
Mar-19	3425	3208	1.07
Abr-19	3176	3386	0.94
May-19	3377	3551	0.95
Jun-19	3667	3718	0.99
Jul-19	4146		
Ago-19	4095		
Set-19	3812		
Oct-19	3871		
Nov-19	3785		
Dic-19	3917		

Los índices de estacionalidad son calculados mediante el promedio de los índices hallados según el mes al que corresponden.

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
<b>Suma de índices mensuales</b>	4.88	4.19	3.96	3.73	3.59	4.80	4.19	4.02	3.54	3.55	3.44	3.42
<b>Número de índices mensuales</b>	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
<b>Índices de estacionalidad</b>	1.22	1.05	0.99	0.93	0.90	0.96	1.05	1.01	0.89	0.89	0.86	0.86

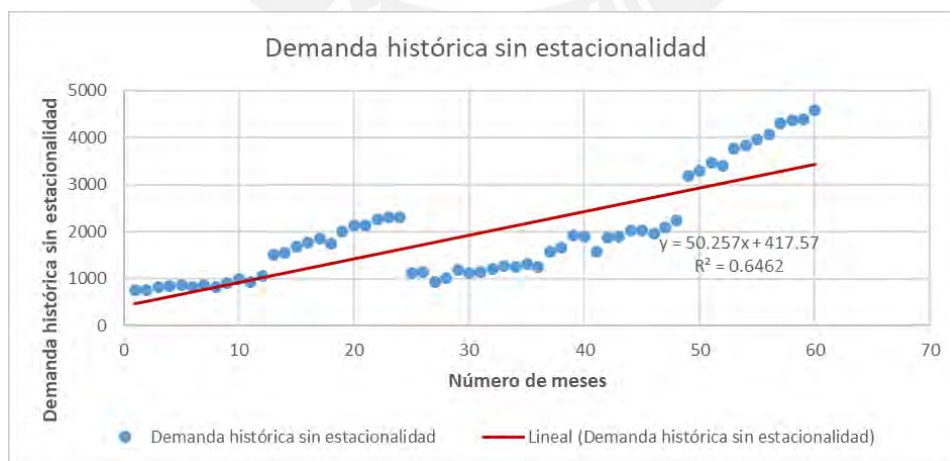
### ANEXO C Análisis de tendencia de la demanda histórica sin estacionalidad

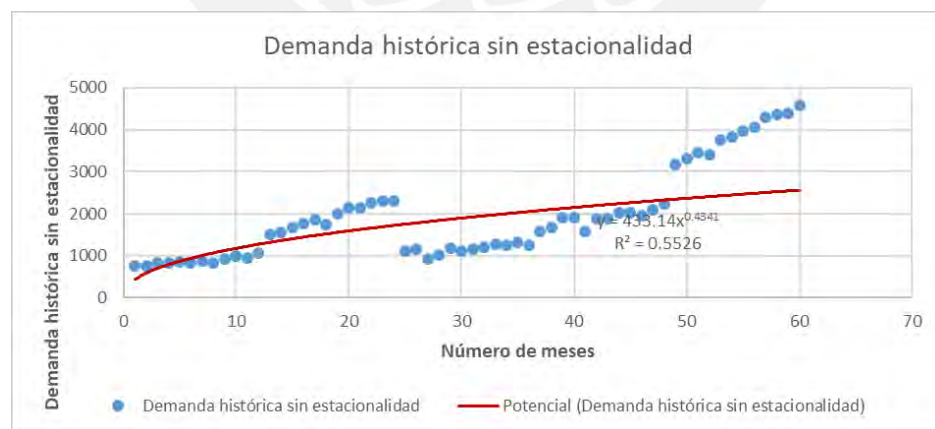
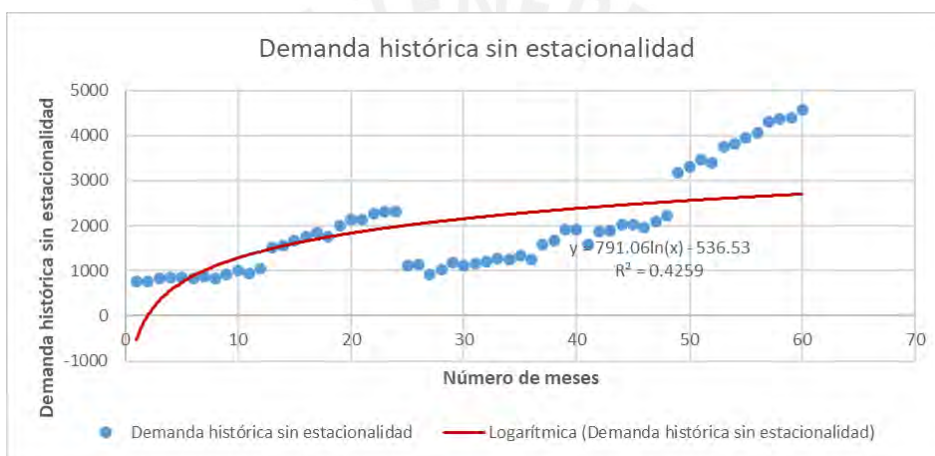
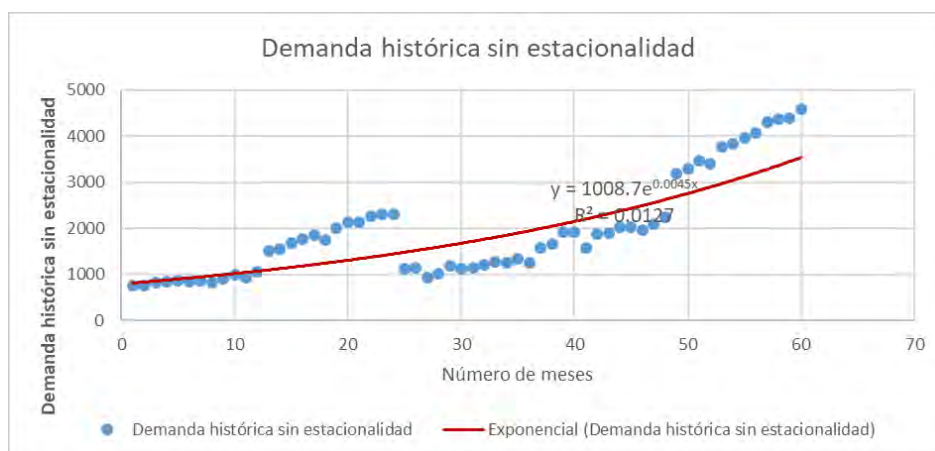
Para dejar la demanda histórica sin estacionalidad se debe dividir la demanda histórica entre el índice del mes que le corresponde.

Mes	Demanda histórica	Índice de estacionalidad	Demanda histórica sin estacionalidad
Ene-15	928	1.22	760
Feb-15	789	1.05	752
Mar-15	811	0.99	819
Abr-15	783	0.93	840
May-15	771	0.90	858
Jun-15	799	0.96	833
Jul-15	906	1.05	866
Ago-15	835	1.01	830
Set-15	809	0.89	913
Oct-15	885	0.89	997
Nov-15	807	0.86	938
Dic-15	903	0.86	1055
Ene-16	1835	1.22	1504
Feb-16	1624	1.05	1549
Mar-16	1659	0.99	1676
Abr-16	1639	0.93	1758
May-16	1664	0.90	1852
Jun-16	1677	0.96	1749
Jul-16	2106	1.05	2012
Ago-16	2154	1.01	2141
Set-16	1897	0.89	2141
Oct-16	2006	0.89	2261
Nov-16	1986	0.86	2307
Dic-16	1972	0.86	2305
Ene-17	1358	1.22	1113
Feb-17	1203	1.05	1147
Mar-17	916	0.99	925
Abr-17	955	0.93	1025
May-17	1059	0.90	1179
Jun-17	1071	0.96	1117
Jul-17	1204	1.05	1150
Ago-17	1216	1.01	1209
Set-17	1130	0.89	1276
Oct-17	1114	0.89	1255
Nov-17	1142	0.86	1327
Dic-17	1067	0.86	1247

Mes	Demanda histórica	Índice de estacionalidad	Demanda histórica sin estacionalidad
Ene-18	1929	1.22	1581
Feb-18	1745	1.05	1664
Mar-18	1889	0.99	1908
Abr-18	1778	0.93	1908
May-18	1419	0.90	1580
Jun-18	1800	0.96	1877
Jul-18	1978	1.05	1890
Ago-18	2033	1.01	2021
Set-18	1788	0.89	2018
Oct-18	1736	0.89	1956
Nov-18	1805	0.86	2097
Dic-18	1910	0.86	2232
Ene-19	3883	1.22	3182
Feb-19	3464	1.05	3303
Mar-19	3425	0.99	3460
Abr-19	3176	0.93	3407
May-19	3377	0.90	3759
Jun-19	3667	0.96	3824
Jul-19	4146	1.05	3961
Ago-19	4095	1.01	4070
Set-19	3812	0.89	4303
Oct-19	3871	0.89	4363
Nov-19	3785	0.86	4397
Dic-19	3917	0.86	4577

Posteriormente se realiza un análisis de tendencia a la demanda sin estacionalidad.





Se observa que el mayor índice de correlación de los análisis de tendencia es la lineal con un  $R^2$  igual a 0.6462.

### ANEXO D Análisis estacional –pernoctaciones promedio

Al igual que en el anexo 1, es necesario estimar el número de pernoctaciones promedio mensual del último semestre del 2021. Siguiendo el procedimiento de dicho anexo se obtienen todos los datos entre el 2015 y el 2019. A partir de ello, ya es posible calcular el índice de estacionalidad mediante el método de promedio móvil centrado con periodo igual a 12.

Mes	Tiempo promedio de pernoctaciones	Promedio Móvil Centrado (n=12)	Índice de estacionalidad
Ene-15	1.17		
Feb-15	1.21		
Mar-15	1.16		
Abr-15	1.17		
May-15	1.14		
Jun-15	1.15	1.16	0.99
Jul-15	1.14	1.16	0.98
Ago-15	1.16	1.16	1.00
Set-15	1.17	1.16	1.01
Oct-15	1.16	1.16	1.00
Nov-15	1.15	1.16	0.99
Dic-15	1.12	1.16	0.96
Ene-16	1.17	1.16	1.01
Feb-16	1.19	1.16	1.03
Mar-16	1.18	1.16	1.02
Abr-16	1.18	1.15	1.02
May-16	1.16	1.15	1.01
Jun-16	1.15	1.15	1.00
Jul-16	1.13	1.15	0.98
Ago-16	1.13	1.15	0.99
Set-16	1.14	1.14	1.00
Oct-16	1.14	1.14	1.00
Nov-16	1.14	1.14	1.00
Dic-16	1.11	1.14	0.98
Ene-17	1.13	1.14	0.99
Feb-17	1.15	1.14	1.01
Mar-17	1.16	1.14	1.02
Abr-17	1.15	1.14	1.01
May-17	1.13	1.14	0.99
Jun-17	1.14	1.14	1.00

Mes	Tiempo promedio de pernoctaciones	Promedio Móvil Centrado(n=12)	Índice de estacionalidad
Jul-17	1.16	1.15	1.01
Ago-17	1.13	1.16	0.98
Set-17	1.15	1.16	0.99
Oct-17	1.15	1.16	0.99
Nov-17	1.13	1.16	0.97
Dic-17	1.14	1.16	0.98
Ene-18	1.24	1.16	1.07
Feb-18	1.20	1.17	1.03
Mar-18	1.15	1.17	0.98
Abr-18	1.16	1.17	0.99
May-18	1.19	1.18	1.01
Jun-18	1.15	1.18	0.98
Jul-18	1.18	1.17	1.01
Ago-18	1.16	1.17	0.99
Set-18	1.20	1.17	1.02
Oct-18	1.18	1.18	1.00
Nov-18	1.18	1.18	1.00
Dic-18	1.15	1.18	0.98
Ene-19	1.18	1.17	1.01
Feb-19	1.19	1.17	1.02
Mar-19	1.16	1.17	0.99
Abr-19	1.21	1.17	1.04
May-19	1.17	1.17	1.00
Jun-19	1.14	1.17	0.97
Jul-19	1.16		
Ago-19	1.14		
Set-19	1.17		
Oct-19	1.17		
Nov-19	1.18		
Dic-19	1.18		

Los índices de estacionalidad son calculados mediante el promedio de los índices hallados según el mes al que corresponden.

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
<b>Suma de índices mensuales</b>	4.07	4.08	4.01	4.05	4.01	4.94	3.98	3.96	4.02	4.00	3.97	3.90
<b>Número de índices mensuales</b>	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
<b>Índices de estacionalidad</b>	1.02	1.02	1.00	1.01	1.00	0.99	1.00	0.99	1.01	1.00	0.99	0.98



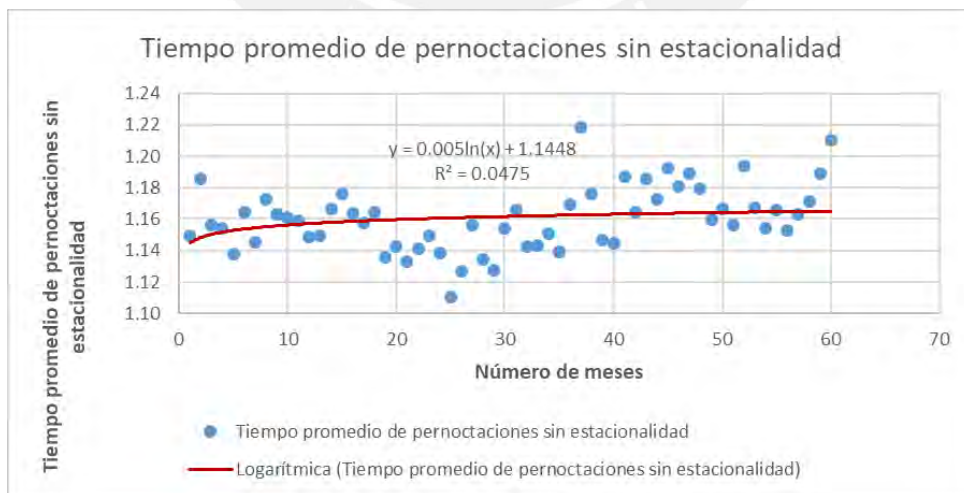
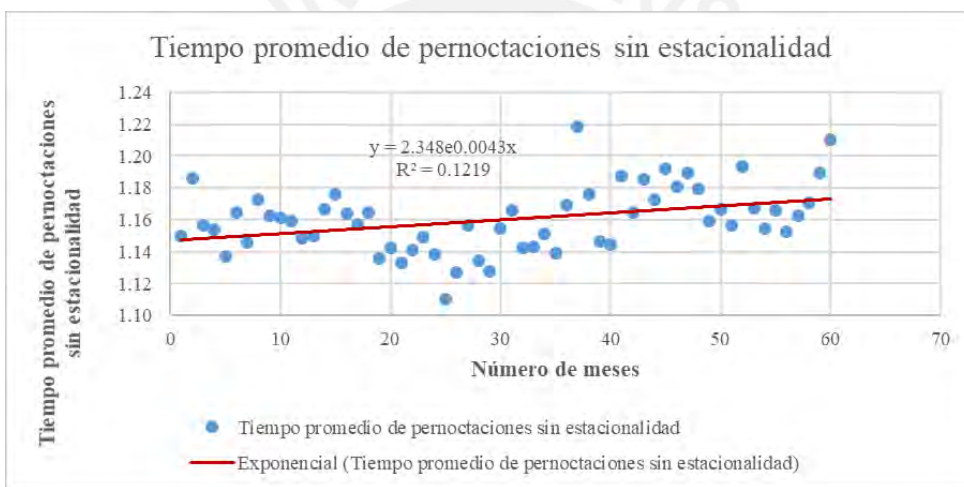
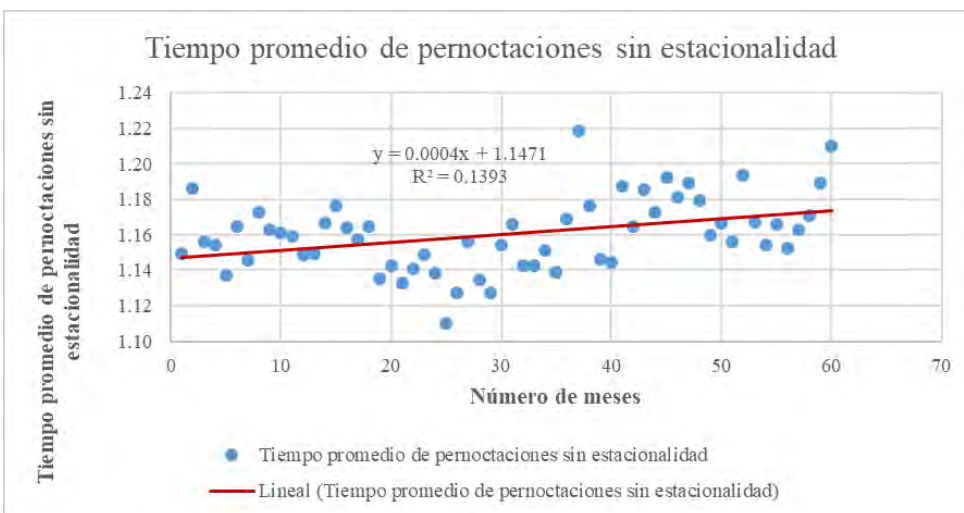
### ANEXO E Análisis de tendencia –pernoctaciones promedio

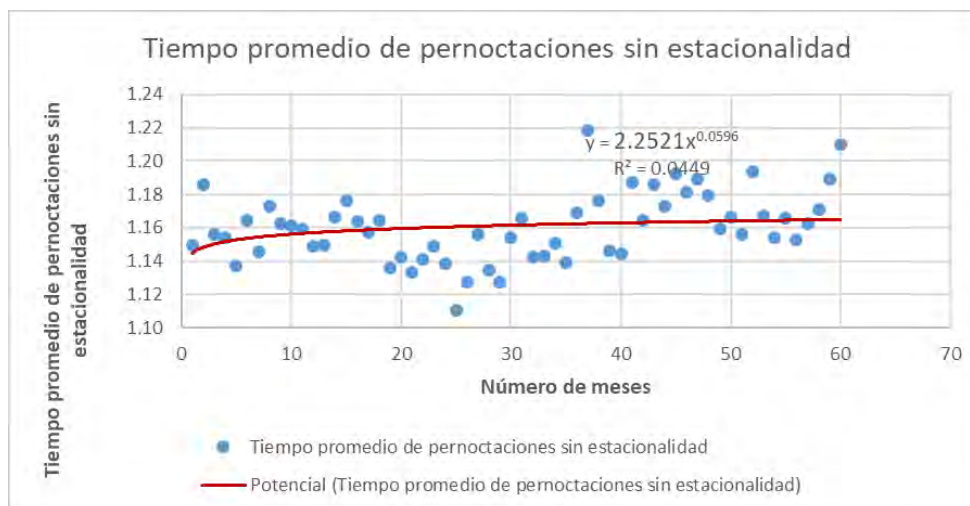
El análisis de tendencia surge a partir de los tiempos históricos de pernoctaciones promedio y los índices de estacionalidad calculados en el anexo anterior. El primer paso es hallar los valores de pernoctaciones promedio sin estacionalidad.

Mes	Tiempo promedio de pernoctaciones históricas	Índice de estacionalidad	Tiempo promedio de pernoctaciones sin estacionalidad
Ene-15	1.17	1.02	1.15
Feb-15	1.21	1.02	1.19
Mar-15	1.16	1.00	1.16
Abr-15	1.17	1.01	1.15
May-15	1.14	1.00	1.14
Jun-15	1.15	0.99	1.16
Jul-15	1.14	1.00	1.15
Ago-15	1.16	0.99	1.17
Set-15	1.17	1.01	1.16
Oct-15	1.16	1.00	1.16
Nov-15	1.15	0.99	1.16
Dic-15	1.12	0.98	1.15
Ene-16	1.17	1.02	1.15
Feb-16	1.19	1.02	1.17
Mar-16	1.18	1.00	1.18
Abr-16	1.18	1.01	1.16
May-16	1.16	1.00	1.16
Jun-16	1.15	0.99	1.16
Jul-16	1.13	1.00	1.14
Ago-16	1.13	0.99	1.14
Set-16	1.14	1.01	1.13
Oct-16	1.14	1.00	1.14
Nov-16	1.14	0.99	1.15
Dic-16	1.11	0.98	1.14
Ene-17	1.13	1.02	1.11
Feb-17	1.15	1.02	1.13
Mar-17	1.16	1.00	1.16
Abr-17	1.15	1.01	1.13
May-17	1.13	1.00	1.13
Jun-17	1.14	0.99	1.15
Jul-17	1.16	1.00	1.17
Ago-17	1.13	0.99	1.14
Set-17	1.15	1.01	1.14

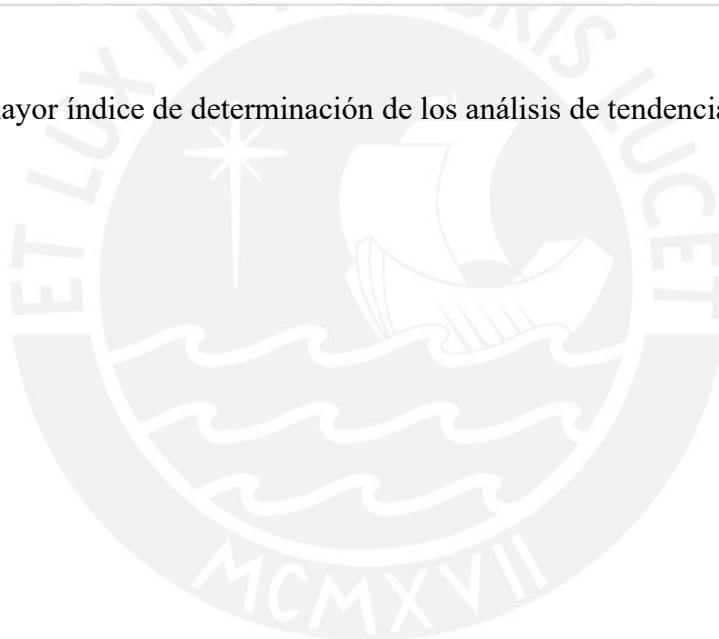
Mes	Tiempo promedio de pernoctaciones históricas	Índice de estacionalidad	Tiempo promedio de pernoctaciones sin estacionalidad
Oct-17	1.15	1.00	1.15
Nov-17	1.13	0.99	1.14
Dic-17	1.14	0.98	1.17
Ene-18	1.24	1.02	1.22
Feb-18	1.20	1.02	1.18
Mar-18	1.15	1.00	1.15
Abr-18	1.16	1.01	1.14
May-18	1.19	1.00	1.19
Jun-18	1.15	0.99	1.16
Jul-18	1.18	1.00	1.19
Ago-18	1.16	0.99	1.17
Set-18	1.20	1.01	1.19
Oct-18	1.18	1.00	1.18
Nov-18	1.18	0.99	1.19
Dic-18	1.15	0.98	1.18
Ene-19	1.18	1.02	1.16
Feb-19	1.19	1.02	1.17
Mar-19	1.16	1.00	1.16
Abr-19	1.21	1.01	1.19
May-19	1.17	1.00	1.17
Jun-19	1.14	0.99	1.15
Jul-19	1.16	1.00	1.17
Ago-19	1.14	0.99	1.15
Set-19	1.17	1.01	1.16
Oct-19	1.17	1.00	1.17
Nov-19	1.18	0.99	1.19
Dic-19	1.18	0.98	1.21

Se procede a analizar las líneas de tendencia de las pernoctaciones promedio sin estacionalidad.





Se observa que el mayor índice de determinación de los análisis de tendencia es la lineal con un  $R^2$  igual a 0.1393.



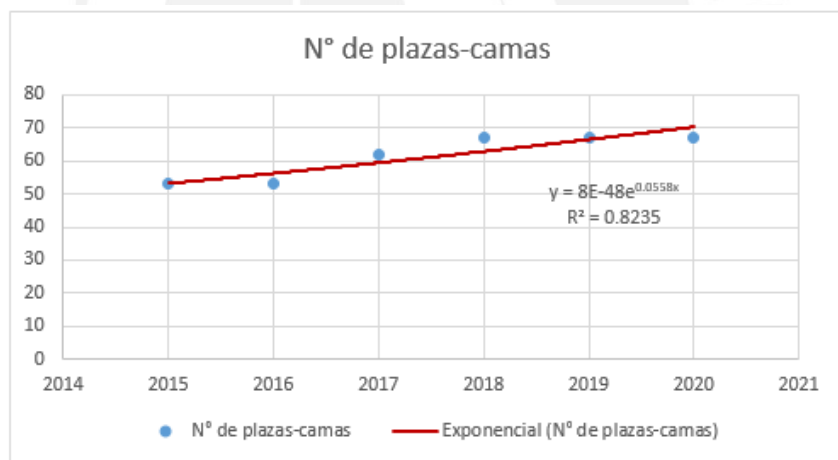
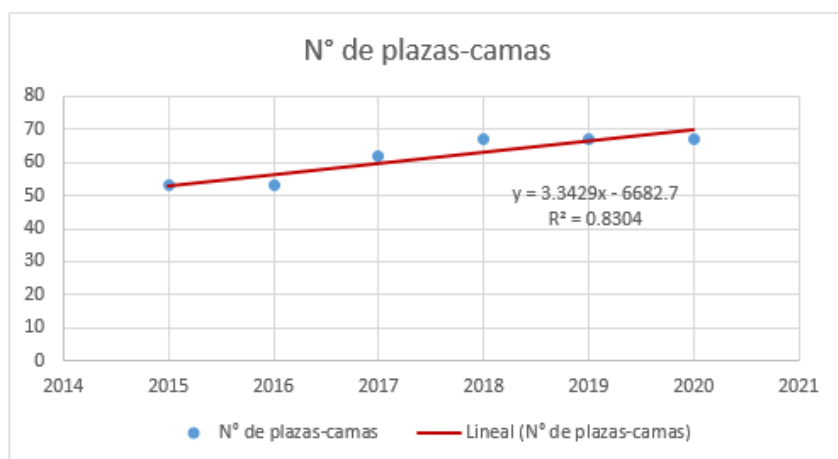
### ANEXO F Establecimientos que ofrecen servicios similares a un Fondo Agroturístico

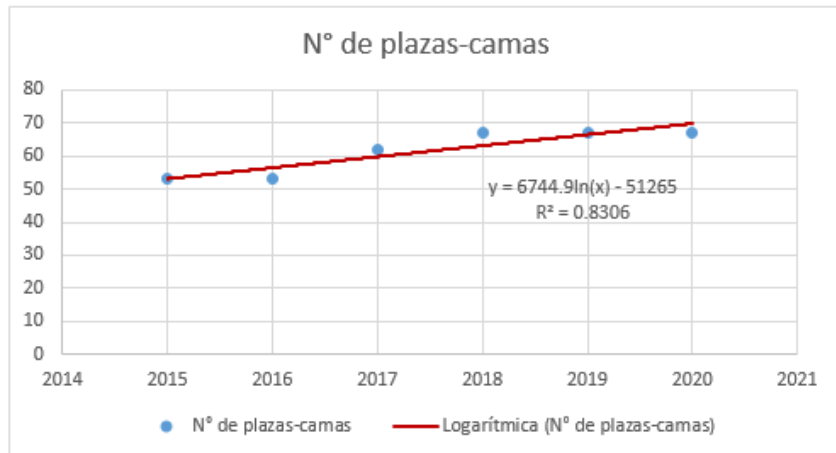
Al no contar con registros de MINCETUR sobre fundos agroturísticos o centros similares en La Libertad o a nivel nacional, se indagó en los buscadores web Booking.com, Tripadvisor.com y en las páginas web de los establecimientos. De este modo, se halló que existen cuatro lugares con una oferta ligeramente similar a la que se ofrecerá en el proyecto planteado.

Nombre	Ubicación	Buscador Web	Año de inicio	Nº de habitaciones	Nº plaza-cama	Servicios ofertados	Lugar de pernoctación
Casa Cumbray	Simbal-Trujillo	Tripadvisor.com	2012	7	15	huerta-recolección de frutas-fogata	Habitaciones
Posada del cerro	Otuzco	Web propia	2015	17	38	huerta-recolección de frutas	Bungalows y habitaciones
Hacienda Solano	Paijan-Trujillo	booking.com	2017	4	9	huerta-recolección de frutas	Bungalows
Salmucho	Cascas-Trujillo	booking.com	2018	3	5	huerta-recolección de frutas-fogata	Habitaciones

### ANEXO G Proyección de la oferta histórica

Se aplica un análisis de tendencia mediante curvas de aproximación para los datos del número de plazas anuales (2015 – 2020) de los establecimientos clasificados como Natural de Lujo:





Se observa que el mayor índice de determinación de los análisis de tendencia es la logarítmica con un  $R^2$  igual a 0.8306. Con la ecuación de la tendencia elegida se proyecta la oferta anual de establecimientos para un horizonte de 10 años.

Año	Oferta de establecimientos proyectada
2022	76
2023	79
2024	83
2025	86
2026	89
2027	93
2028	96
2029	99
2030	103
2031	106

Para obtener la oferta proyectada por mes, se debe multiplicar de la oferta proyectada anual por el número de días de cada mes según calendario.

## ANEXO H Método de comparaciones pareadas para macrolocalización

Se definen los criterios relevantes para evaluar las provincias en las que se puede implementar el proyecto.

Factor	Criterio	
Agricultura	A1	Área cultivable
	A2	Variedad de cultivos
Ambiental	AM1	Condiciones climatológicas
	AM2	Nivel de contaminación
Laboral	L1	Disponibilidad de mano de obra
	L2	Mano de obra calificada
Infraestructura	I1	Disponibilidad de servicios básicos
	I2	Cobertura de servicios de comunicación
Social	S1	Servicios médicos
	S2	Seguridad pública
Operacionales	O1	Estado de vías de transporte
	O2	Variedad de empresas de transporte
	O3	Proximidad a la ciudad

La evaluación comparativa de los factores se hace por medio de una escala de valores que fluctúa entre el 1 y el 9.

Planteamiento verbal de la preferencia	Calificación numérica
Extremadamente preferible	9
Entre muy fuertemente y extremadamente preferible	8
Muy fuertemente preferible	7
Entre fuertemente y muy fuertemente preferible	6
Fuertemente preferible	5
Entre moderadamente y fuertemente preferible	4
Moderadamente preferible	3
Entre igualmente y moderadamente preferible	2
Igualmente preferible	1



Con esta información se construye la matriz de comparaciones pareadas, donde los criterios reciben una calificación según la escala de evaluación. Como se observa en la matriz, la multiplicación del puntaje que recibieron dos variables y su valor transversal es igual a 1. Por ejemplo, la comparación de AM1 (horizontal) con A2 (vertical) recibió un puntaje de 7; ello implica que el valor transversal de AM1 (vertical) comparado con A2 (horizontal) sería 1/7.

	A1	A2	AM1	AM2	L1	L2	I1	I2	S1	S2	O1	O2	O3
A1		1	7	8	8	8	7	8	9	9	7	8	8
A2	1.00		7	8	8	8	8	7	8	8	8	8	7
AM1	0.14	0.14		8	7	7	6	8	7	7	8	7	7
AM2	0.13	0.13	0.13		5	4	5	4	5	4	4	6	4
L1	0.13	0.13	0.14	0.2		4	4	5	4	4	4	3	4
L2	0.13	0.13	0.14	0.25	0.25		6	6	6	5	5	7	5
I1	0.14	0.13	0.17	0.2	0.25	0.17		8	7	5	6	6	6
I2	0.13	0.14	0.13	0.25	0.2	0.17	0.13		5	5	4	7	5
S1	0.11	0.13	0.14	0.2	0.25	0.17	0.14	0.2		6	7	5	4
S2	0.11	0.13	0.14	0.25	0.25	0.2	0.2	0.2	0.17		3	5	4
O1	0.14	0.13	0.13	0.25	0.25	0.2	0.17	0.25	0.14	0.33		7	6
O2	0.13	0.13	0.14	0.17	0.33	0.14	0.17	0.14	0.2	0.2	0.14		1
O3	0.13	0.14	0.14	0.25	0.25	0.2	0.17	0.2	0.25	0.25	0.17	1	
	<b>2.40</b>	<b>2.43</b>	<b>15.4</b>	<b>26</b>	<b>30</b>	<b>32.2</b>	<b>37</b>	<b>47</b>	<b>51.8</b>	<b>53.8</b>	<b>56.3</b>	<b>70</b>	<b>61</b>

Luego de evaluar los criterios de la matriz, se obtienen los totales por columnas y se divide cada puntaje parcial entre la sumatoria total, de esto se obtiene los porcentajes ponderados parciales por criterio. El porcentaje ponderado final de cada criterio se obtiene dividiendo la suma de cada fila entre la sumatoria total.

	A1	A2	AM1	AM2	L1	L2	I1	I2	S1	S2	O1	O2	O3	
<b>A1</b>		0.41	0.45	0.31	0.27	0.25	0.19	0.17	0.17	0.17	0.12	0.11	0.13	<b>21%</b>
<b>A2</b>	0.42		0.45	0.31	0.27	0.25	0.22	0.15	0.15	0.15	0.14	0.11	0.11	<b>21%</b>
<b>AM1</b>	0.06	0.06		0.31	0.23	0.22	0.16	0.17	0.14	0.13	0.14	0.10	0.11	<b>14%</b>
<b>AM2</b>	0.05	0.05	0.01		0.17	0.12	0.14	0.09	0.10	0.07	0.07	0.09	0.07	<b>8%</b>
<b>L1</b>	0.05	0.05	0.01	0.01		0.12	0.11	0.11	0.08	0.07	0.07	0.04	0.07	<b>6%</b>
<b>L2</b>	0.05	0.05	0.01	0.01	0.01		0.16	0.13	0.12	0.09	0.09	0.10	0.08	<b>7%</b>
<b>I1</b>	0.06	0.05	0.01	0.01	0.01	0.01		0.17	0.14	0.09	0.11	0.09	0.10	<b>6%</b>
<b>I2</b>	0.05	0.06	0.01	0.01	0.01	0.01	0.00		0.10	0.09	0.07	0.10	0.08	<b>5%</b>
<b>S1</b>	0.05	0.05	0.01	0.01	0.01	0.01	0.00	0.00		0.11	0.12	0.07	0.07	<b>4%</b>
<b>S2</b>	0.05	0.05	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.00	0.00		0.05	0.07	0.07	<b>3%</b>
<b>O1</b>	0.06	0.05	0.01	0.01	0.01	0.01	0.00	0.01	0.00	0.01		0.10	0.10	<b>3%</b>
<b>O2</b>	0.05	0.05	0.01	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		0.02	<b>1%</b>
<b>O3</b>	0.05	0.06	0.01	0.01	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01		<b>1%</b>

A continuación, se muestra los criterios y sus respectivas ponderaciones a emplear en el análisis de macrolocalización.

Factor	Criterio		Peso
Agricultura	A1	Área cultivable	<b>21%</b>
	A2	Variedad de cultivos	<b>21%</b>
Ambiental	AM1	Condiciones climatológicas	<b>14%</b>
	AM2	Nivel de contaminación	<b>8%</b>
Laboral	L1	Disponibilidad de mano de obra	<b>6%</b>
	L2	Mano de obra calificada	<b>7%</b>
Infraestructura	I1	Disponibilidad de servicios básicos	<b>6%</b>
	I2	Cobertura de servicios de comunicación	<b>5%</b>
Social	S1	Servicios médicos	<b>4%</b>
	S2	Seguridad pública	<b>3%</b>
Operacionales	O1	Estado de vías de transporte	<b>3%</b>
	O2	Variedad de empresas de transporte	<b>1%</b>
	O3	Proximidad a la ciudad	<b>1%</b>

## ANEXO I Método de comparaciones pareadas para microlocalización

Se parte por la definición de los criterios con mayor preponderancia para valorar los distritos en los que se puede desarrollar el proyecto.

Factor	Criterio	
Terreno	T1	Precio del terreno (Soles por m2)
	T2	Disponibilidad de terreno
	T3	Accesibilidad a servicios básicos
Localización	L1	Variedad de frutales cultivables
	L2	Distancia a la ciudad

Los factores son sometidos a una evaluación comparativa por medio de una escala de calificación numérica entre el 1 y el 9.

Planteamiento verbal de la preferencia	Calificación numérica
Extremadamente preferible	9
Entre muy fuertemente y extremadamente preferible	8
Muy fuertemente preferible	7
Entre fuertemente y muy fuertemente preferible	6
Fuertemente preferible	5
Entre moderadamente y fuertemente preferible	4
Moderadamente preferible	3
Entre igualmente y moderadamente preferible	2
Igualmente preferible	1

Se realiza la matriz de comparaciones pareadas, en la que los criterios reciben una calificación según la escala de evaluación. Como se observa en la matriz, la multiplicación del puntaje que recibieron dos variables y su valor transversal es igual a 1. Por ejemplo, la comparación de T3 (horizontal) con T2 (vertical) recibió un puntaje de 6; ello implica que el valor transversal de T3 (vertical) comparado con T2 (horizontal) sería 1/6.

### Matriz de Comparaciones Pareadas

	T1	T2	T3	L1	L2
T1		1	5	2	1
T2	1.00		6	2	3
T3	0.20	0.17		2	4
L1	0.50	0.5	0.5		6
L2	1.00	0.33	0.25	0.17	
	<b>2.70</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>6.2</b>	<b>14</b>

Seguidamente, se suman los valores de cada columna y se divide cada puntaje parcial entre la sumatoria total, con ello se obtienen los porcentajes ponderados parciales por criterio. Por último, se obtiene porcentaje ponderado final de cada criterio dividiendo la suma de cada fila entre la sumatoria total de esos valores.

	T1	T2	T3	L1	L2	
T1		0.50	0.43	0.32	0.07	<b>26%</b>
T2	0.37		0.51	0.32	0.21	<b>28%</b>
T3	0.07	0.08		0.32	0.29	<b>15%</b>
L1	0.19	0.25	0.04		0.43	<b>18%</b>
L2	0.37	0.17	0.02	0.03		<b>12%</b>

Los criterios y sus respectivas ponderaciones a emplear en el análisis de macrolocalización se muestran a continuación.

Factor	Criterio	Peso	
Terreno	T1	Precio del terreno (Soles por m <sup>2</sup> )	<b>26%</b>
	T2	Disponibilidad de terreno	<b>28%</b>
	T3	Accesibilidad a servicios básicos	<b>15%</b>
Localización	L1	Variedad de frutales cultivables	<b>18%</b>
	L2	Distancia a la ciudad	<b>12%</b>

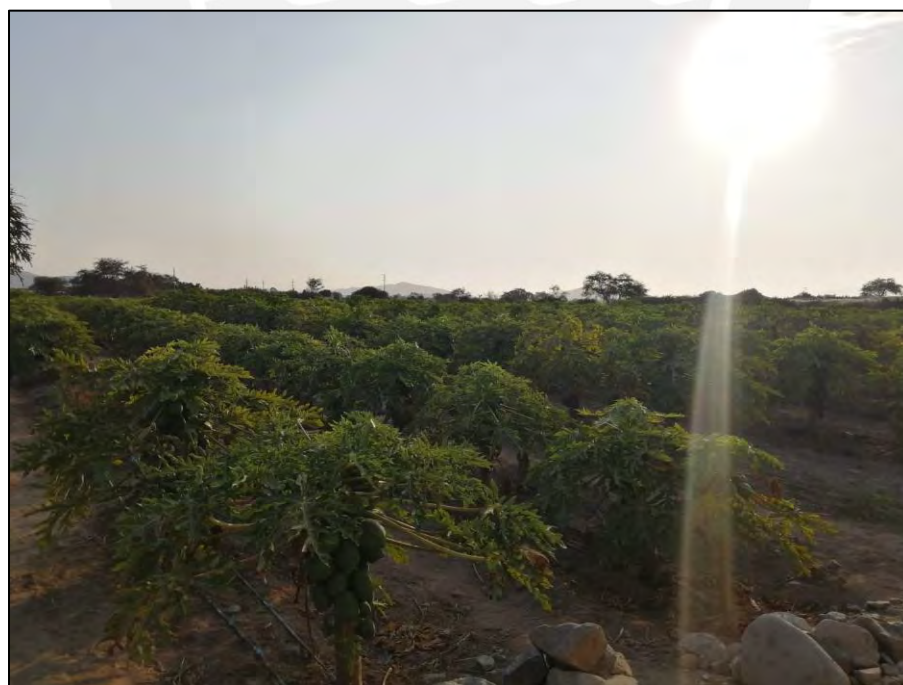
## ANEXO J Localización del terreno y distribución de las instalaciones



En la siguiente imagen se visualiza la distribución de las diferentes instalaciones del fundo



Colección de imágenes reales del Fundo elegido:





## ANEXO K Requerimientos mínimos para cabañas y bungalows

No. De cabañas o bungalows independientes	12
Ingreso suficientemente Amplio para el transido de huéspedes y personal de servicio	Obligatorio
Recepción	Obligatorio
Dormitorios simples (m <sup>2</sup> )	11 m <sup>2</sup>
Dormitorios dobles ( m <sup>2</sup> )	14 m <sup>2</sup>
-Terraza	6 m <sup>2</sup>
-Cantidad de servicios higiénicos por cabaña o bungalow	1 privado – con ducha
-Área mínima (m <sup>2</sup> )	4 m <sup>2</sup>
-Las paredes del área de ducha deben estar revestidas con material impermeable de calidad comprobada	1.80 m de altura
<b>Servicios y equipos para las cabañas y bungalows</b>	
- Ventilador	Obligatorio
- Estufa (tomándose en cuenta la temperatura promedio de la zona)	Obligatorio
Agua debidamente procesada	Obligatorio
Agua caliente de acuerdo a horarios establecidos y excepcionalmente a pedido del huésped (no se aceptan sistemas activados por el usuario)	Obligatorio
Servicios higiénicos públicos, los cuales se ubicaran en el hall de recepción o en zonas adyacentes al mismo	Obligatorio diferenciados por sexo
Generación de energía eléctrica para emergencia en los lugares que cuentan con energía eléctrica	Obligatorio
Sala de interpretación	Obligatorio
Oficio central	Obligatorio
Equipo de comunicación en casos de emergencia	Obligatorio
Extintores de incendios	Obligatorio
Oficio central	Obligatorio

Tomado de MINCETUR (2019): Reglamento para Establecimientos de Hospedajes



## ANEXO L Cotización de Agroquímicos, fertilizantes y alimentos balanceados



**Agropecuaria Chimú**  
...un compromiso con el agro

AV. EXEQUIEL GONZALES CACEDA N° 839 LA LIBERTAD - CHEPEN - CHEPEN  
CEL. 944473002 TELEF. 044-563093

Sres. :  
ANGHELA DANIELA ALCANTARA MOSTACERO

Chepen, 23 de noviembre 2021

## COTIZACION

ITEM	NOMBRE COMÚN	UNIDAD	CANT.	PRECIO UNITARIO	IMPORTE \$/
1	PROTEXIN	LT	1	47.00	47.00
2	NITRATO DE POTASIO	25 KG	1	145	145
3	ORION (ORION)	LT	1	111.5	111.5
4	ACARISIL	LT	1	414	414
5	ASADON	LT	1	154	154
6	CLORURO DE POTASIO	50 KG	1	117.7	117.7
7	PACKHARD	LT	2	42	84
8	UREA	50 KG	1	187.1	187.1
9	VYDAN	LT	1	153.5	153.5
10	IMIDACLOPRID ( CAMPO-MIDA)	LT	1	88	88
11	NITRATO DE AMONIO	50 KG	1	169.7	169.7
12	SULFATO DE AMONIO	50 KG	1	106.9	106.9
13	SULFATO DE MAGNESIO	25 KG	1	62.7	62.7
14	ALGAMAR PLUS	LT	2	49.5	99
15	CARBENDAZINA ( CAMPO-CARD)	LT	2	50	100
16	ABAMEX ( BAMECTIN)	LT	1	30	30
17	BREAKTHRU	LT	1	141	141
18	IGUANA ( REGLONE)	LT	1	41.5	41.5
19	SULFATO DE COBRE	25 KG	1	365.7	365.7
20	ACIDO FOSFORICO	50 KG	1	943.5	943.5
21	KASUMIN	LT	5	79	395
22	ISABION	LT	3	154	462
23	FETRILON COMBI	KG	2	109	218
24	NITRATO DE CALCIO	25 KG	1	73.8	73.8
25	POLI-ZYME	LT	5	23	115
26	SUGAR MOVER	LT	3	57	171
<b>TOTAL</b>				<b>5,016.60</b>	

## ANEXO M Características físicas del sector de administración y servicios

Sector de Administración y Servicios			
Altura de la instalación		2.5 m	
Ancho de paredes		0.1 m	
Instalación	Cantidad (unidades)	Área (m <sup>2</sup> )	Características
Restaurante	1	1800	Cimiento de concreto ciclópeo Paredes de caña de guayaquil
Servicios higiénicos damas	1	40	Techo de hoja de palmera Columnas de caña y estera de carrizo o caña chancada
Servicios higiénicos caballeros	1	40	Piso de gravilla y bloquetas de cemento Servicios higiénicos de 40x40m, con techo aligerado y puertas de madera de pino, pisos y paredes cubiertos con cerámica
Quiosco de productos del fondo	1	20	Paredes de madera Techo de hoja de palmera Piso de bloqueta Puerta de madera de pino Ventana con marco de madera de pino y vidrio
Hall de recepción	1	80	Paredes de madera
Servicios higiénicos damas	1	15	Techo de hoja de palmera Piso de bloqueta
Servicios higiénicos caballeros	1	15	Puerta de madera de pino Ventana con marco de madera de pino y vidrio (Hall de recepción) Servicios higiénicos con paredes de concreto, pisos y paredes cubiertos con cerámica
Sala de conferencia y eventos	1	250	Paredes de adobe Techo de teja eternit Piso de cerámica Puerta de madera de pino Ventanas con marcos de madera de pino y malla metálica
Oficinas administrativas	3	50	Paredes de concreto
Sala de reuniones	1	40	Piso de cerámica
Comedor de personal	1	70	Puerta de madera de pino
Servicios higiénicos damas	1	15	Ventanas con marcos de madera de pino y vidrio Servicios higiénicos con paredes de concreto, pisos y paredes cubiertos con cerámica
Servicios higiénicos caballeros	1	15	
Almacén central	1	100	Cimiento de concreto ciclópeo Columnas de concreto armado Pared de material noble Techo de eternit
Playa de estacionamiento	1	1500	Estructura de tubos metálicos y techo de malla rachel
Estación de seguridad y vigilancia	1	14	Paredes de material noble Techo aligerado Puerta de marco metálico Ventana de vidrio corredizo
Veredas externas	1	150	Concreto
Estación de fertilización y agua	1	60	Estructura de tubos metálicos Techo de eternit
Almacén de comida y bebidas	1	20	Paredes de material noble Techo aligerado Puerta de madera Ventana de vidrio sistema directo

## ANEXO N Detalle de maquinaria y equipos por sector

### N.1 SECTOR ALOJAMIENTO

Tipo de cabaña		Matrimonial	Doble	Triple	Grupal	TOTAL
N° de Cabañas		6	2	10	2	
Habitación	TV de 42 pulgadas	1	1	1	1	20
	Ventilador de pie	1	1	2	3	34
	Lámpara de noche	1	2	2	0	30
Baño	Sanitario	1	1	1	1	20
	Lavatorio	1	1	1	1	20
	Caño	1	1	1	1	20
	Ducha manual	1	1	1	1	20



## N.2 SECTOR ADMINISTRATIVO Y SERVICIOS, Y SECTOR ESPARCIMIENTO

Instalación		Equipamiento																						
		Computadoras	Laptop	Impresora multifuncional	TV 42 pulgadas	Ecran	Ventilador	Controlador DJ	Amplificador de sonido	Parlantes	Cocina industrial	Refrigeradora	Congeladora	Campana extractora	Microondas	Licuadora	Olla a presión	Combo electrodoméstico	Parrilla	Sanitario	Lavatorio	Caño	Botes	Cuatrimotos
Servicios	Restaurante	1	0	0	2	0	2	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	2	2	0	0
	Quiosco de productos del fundo	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Servicios higiénicos damas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	1	1	0
	Servicios higiénicos caballeros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	1	1	0
	Hall de recepción	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Servicios higiénicos damas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0
	Servicios higiénicos caballeros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0
	Sala de conferencia y eventos	0	1	0	0	1	4	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Administrativo	Oficina administrativas	2	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Sala de reuniones	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Almacén central	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Comedor de personal	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Servicios higiénicos damas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0
	Servicios higiénicos caballeros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0
Otros	Playa de estacionamiento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Estación de seguridad y vigilancia	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Veredas externas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Estación de fertilización y agua	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Almacén de comida y bebidas	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Almacén de agroquímicos y fertilizantes	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Eparcimiento	Área de paseo a caballo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Lagunas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	
	Piscina para adultos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Piscina para niños	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Áreas verdes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Zona de juegos infantiles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Cancha de fútbol	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Cancha de voley	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Estacionamiento de cuatrimotos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Área de paseo en cuatrimotos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Zona de camping	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Zona de fogata	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>TOTAL</b>		<b>5</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>15</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	

## ANEXO O Detalle del mobiliario y enseres por sector

## O.1 SECTOR ALOJAMIENTO

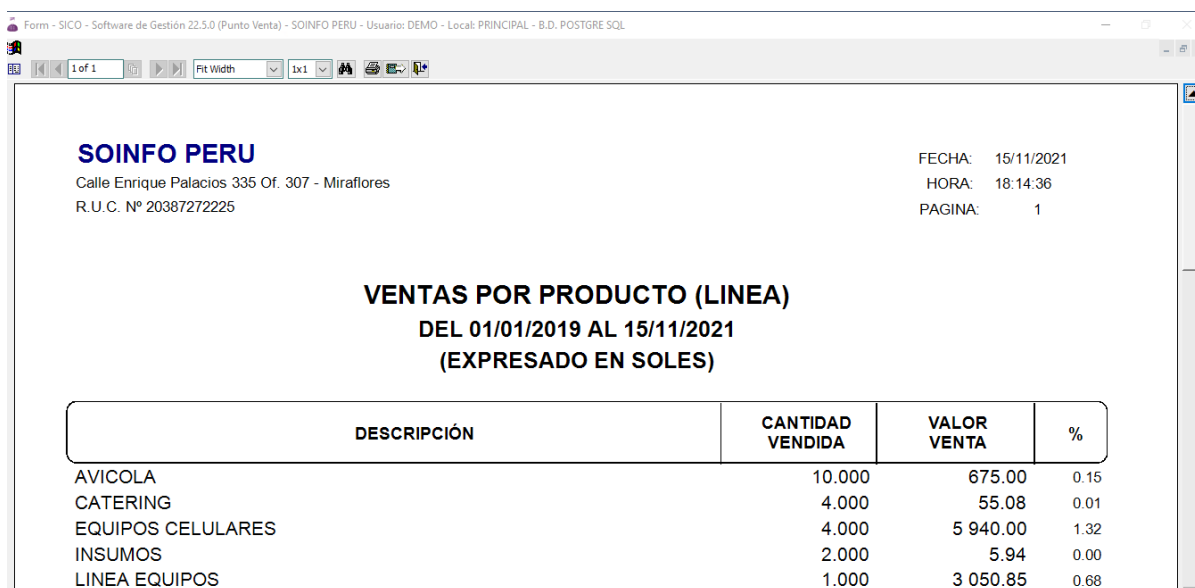
Tipo de cabaña		Matrimonial	Doble	Triple	Grupal	TOTAL
N° de Cabañas		6	2	10	2	
Habitación	Cama Queen Size	1	0	0	0	6
	Cama de 2 plazas	0	0	1	0	10
	Cama de plaza y media	0	2	2	0	24
	Camarotes de plaza y media	0	0	0	5	10
	Cabecera	1	0	0	0	6
	Mesa de noche	1	2	3	0	40
	Armario/cómoda	1	1	1	2	22
	Papelera	1	1	1	1	20
	Teléfono fijo	1	1	1	1	20
	Baño	Papelera	1	1	1	1
Espejo		1	1	1	1	20
Toallas		2	2	3	10	66
Repisa de vidrio		1	1	1	1	20
Terraza	Sillas mecedoras	2	2	2	3	42
	Maceteros con plantas	3	3	3	3	60

## O.2 SECTOR ADMINISTRATIVO Y SERVICIOS, Y SECTOR ESPARCIMIENTO

Instalación		Escritorio	Silla de oficina	Sillas de madera	Sillas de plástico	Papelera	Tacho de residuos orgánicos	Estante	Extintor	Pizarra acrílica	Vitrina	Mostrador grande	Macetero con plantas	Juego de muebles	Juegos para niños	Mesa para 4 personas	Mesas para 6 personas	Manteles	Set de platos	Set de cubiertos	Set de cuchillos	Set de cucharas	Set de vasos	Set de tazas	Set de copas	Set de utensilios de cocina	Uniformes de cocina	Uniformes de meseros	Espejo	Sillas de piscina	Bancas de áreas verdes	Atril				
Servicios	Restaurante	0	0	55	0	1	2	2	2	0	1	1	0	0	0	12	3	15	60	60	60	60	60	60	50	10	5	6	0	0	0	0				
	Quiosco de productos del fundo	0	0	1	0	0	1	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	Servicios higiénicos damas	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0			
	Servicios higiénicos caballeros	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0			
	Hall de recepción	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	Servicios higiénicos damas	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0		
	Servicios higiénicos caballeros	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0		
Sala de conferencia y eventos	0	0	0	100	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0		
Administrativo	Oficina administrativas	3	3	0	0	3	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	Sala de reuniones	0	0	5	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Almacén central	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Comedor de personal	0	0	15	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Servicios higiénicos damas	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0		
	Servicios higiénicos caballeros	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0		
Otros	Playa de estacionamiento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	Estación de seguridad y vigilancia	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Veredas externas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Estación de fertilización y agua	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Almacén de comida y bebidas	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Almacén de agroquímicos y fertilizante	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Esparcimiento	Área de paseo a caballo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	Lagunas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Piscina para adultos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15	0	0	0	
	Piscina para niños	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Áreas verdes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15	0	0	
	Zona de juegos infantiles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Cancha de fútbol	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Cancha de voley	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Estacionamiento de cuatrimotos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Área de paseo en cuatrimotos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Zona de camping	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Zona de fogata	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>76</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>12</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>17</b>	<b>3</b>	<b>20</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>50</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>1</b>	<b>1</b>		

## ANEXO P Interfaz de software

A continuación, se muestra un ejemplo de reporte generado de manera automática en el software.



Form - SICO - Software de Gestión 22.5.0 (Punto Venta) - SOINFO PERU - Usuario: DEMO - Local: PRINCIPAL - B.D. POSTGRE SQL

1 of 1 | Fit Width | 1x1

**SOINFO PERU**  
Calle Enrique Palacios 335 Of. 307 - Miraflores  
R.U.C. N° 20387272225

FECHA: 15/11/2021  
HORA: 18:14:36  
PAGINA: 1

**VENTAS POR PRODUCTO (LINEA)**  
**DEL 01/01/2019 AL 15/11/2021**  
**(EXPRESADO EN SOLES)**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD VENDIDA	VALOR VENTA	%
AVICOLA	10.000	675.00	0.15
CATERING	4.000	55.08	0.01
EQUIPOS CELULARES	4.000	5 940.00	1.32
INSUMOS	2.000	5.94	0.00
LINEA EQUIPOS	1.000	3 050.85	0.68

En la siguiente imagen se visualiza la interfaz para ingresar datos y poder generar una orden de compra en el sistema.

Orden de Compra

Número 000219  
Fecha 15/11/2021

Proveedor  
Moneda  
Cond. Pago

Cód. Alterno	Descripción	Cantidad	Costo	Dcto.	Total

Fecha Entrega / / : : : Lugar CALLE ENRIQUE PALACIOS 335 OF. 307 - MIRAFLORES

Solicitado para  
N° Docum. Ref.

Afecta Almacén  Si  
Dar de Baja a la O/C  No  
Otros Costos  No

Observaciones

Arch. Adjunto

Subtotal 0.00  
% Dcto. 0.00  
% IGV 18.00  
TOTAL 0.00

Actualizar Historico Importar Req. Comp. Salir

Consultar por



**ANEXO Q Cuadro de Valores Unitarios Oficiales de Edificación para la Costa (El Peruano, 2021)**

VALORES POR PARTIDAS EN NUEVOS SOLES POR METRO CUADRADO DE AREA TECHADA							
	ESTRUCTURAS		ACABADOS				INSTALACIONES ELÉCTRICAS Y SANITARIAS
	MUROS Y COLUMNAS	TECHOS	PISOS	PUERTAS Y VENTANAS	REVESTIMIENTOS	BAÑOS	
<b>A</b>	ESTRUCTURAS LAMINA RES CURVADAS DE CONCRETO ARMADO QUE INCLUYEN EN UNA SOLA ARMADURA LA CIMENTACIÓN Y EL TECHO, PARA ESTE CASO NO SE CONSIDERA LOS VALORES DE LA COLUMNA N°2	LOSA O ALIGERADO DE CONCRETO ARMADO CON LUCES MAYORES DE 6 M. CON SOBRE- CARGA MAYOR A 300 KG/M2	MÁRMOL IMPORTADO, PIEDRAS NATURALES IMPORTADAS, PORCELANATO.	ALUMINIO PESADO CON PERFILES ESPECIALES MADERA FINA ORNA- MENTAL (CAOBA, CEDRO O PINO SELECTO) VIDRIO INSULADO. (1)	MÁRMOL IMPORTADO, MADERA FINA (CAOBA O SIMILAR) BALDOSA ACÚSTICO EN TECHO O SIMILAR.	BAÑOS COMPLETOS (7) DE LUJO IMPORTADO CON ENCHAPE FINO (MÁRMOL O SIMILAR)	AIRE ACONDICIONADO, ILUMINACIÓN ESPECIAL, VENTILACIÓN FORZADA, SIST. HIDRONEUMÁTICO, AGUA CALIENTE Y FRÍA, INTERCOMUNICADOR, ALARMAS, ASCENSOR, SISTEMA BOMBEO DE AGUA Y DESAGÜE (5) TELÉFONO.
	<b>541.62</b>	<b>328.96</b>	<b>290.51</b>	<b>293.94</b>	<b>316.82</b>	<b>106.91</b>	<b>308.52</b>
<b>B</b>	COLUMNAS, VIGAS Y/O PLACAS DE CONCRETO ARMADO Y/O METÁLICAS.	ALIGERADOS O LOSAS DE CONCRETO ARMADO INCLINADAS	MÁRMOL NACIONAL O RECONSTITUIDO, PARQUET FINO (OLIVO, CHONTA O SIMILAR), CERÁMICA IMPORTADA MADERA FINA.	ALUMINIO O MADERA FINA (CAOBA O SIMILAR) DE DISEÑO ESPECIAL, VIDRIO TRATADO POLARIZADO (2) Y CURVADO, LAMINADO O TEMPLADO	MÁRMOL NACIONAL, MADERA FINA (CAOBA O SIMILAR) ENCHAPES EN TECHOS.	BAÑOS COMPLETOS (7) IMPORTADOS CON MAYÓLICA O CERÁMICO DECORATIVO IMPORTADO.	SISTEMA DE BOMBEO DE AGUA POTABLE (5), ASCENSOR TELÉFONO, AGUA CALIENTE Y FRÍA.
	<b>349.2</b>	<b>214.63</b>	<b>174.13</b>	<b>154.94</b>	<b>240.04</b>	<b>81.29</b>	<b>223.73</b>
<b>C</b>	PLACAS DE CONCRETO E= 10 A 15 CM.ALBAÑILERÍA ARMADA, LADRILLO O SIMILAR CON COLUMNAS Y VIGAS DE AMARRE DE CONCRETO ARMADO	ALIGERADO O LOSAS DE CONCRETO ARMADO HORIZONTALES.	MADERA FINA MACHIHEMBRADA TERRAZO.	ALUMINIO O MADERA FINA (CAOBA O SIMILAR) VIDRIO TRATADO POLARIZADO. (2) LAMINADO O TEMPLADO	SUPERFICIE CARAVISTA OBTENIDA MEDIANTE ENCOFRADO ESPECIAL, ENCHAPE EN TECHOS.	BAÑOS COMPLETOS (7) NACIONALES CON MAYÓLICA O CERÁMICO NACIONAL DE COLOR.	IGUAL AL PUNTO "B" SIN ASCENSOR.
	<b>240.38</b>	<b>177.32</b>	<b>114.6</b>	<b>100.14</b>	<b>178.08</b>	<b>56.39</b>	<b>139.22</b>

VALORES POR PARTIDAS EN NUEVOS SOLES POR METRO CUADRADO DE AREA TECHADA							
	ESTRUCTURAS		ACABADOS				INSTALACIONES ELÉCTRICAS Y SANITARIAS
	MUROS Y COLUMNAS	TECHOS	PISOS	PUERTAS Y VENTANAS	REVESTIMIENTOS	BAÑOS	
<b>D</b>	LADRILLO O SIMILAR SIN ELEMENTOS DE CONCRE- TO ARMADO. DRYWALL O SIMILAR IN- CLUYE TECHO (6)	CALAMINA METÁLICA FIBROCEMENTO SOBRE VIGUERÍA METÁLICA.	PARQUET DE 1era, LAJAS, CERÁMICA NACIONAL, LOSETA VENECIANA 40x40, PISO LAMINADO.	VENTANAS DE ALUMINIO PUERTAS DE MADERA SELECTA, VIDRIO TRATADO TRANSPARENTE (3)	ENCHAPE DE MADERA O LAMINADOS, PIEDRA O MATERIAL VITRIFICADO.	BAÑOS COMPLETOS (7) NACIONALES BLANCOS CON MAYÓLICA BLANCA.	AGUA FRÍA, AGUA CALIENTE, CORRIENTE TRIFÁSICA, TELÉFONO.
	<b>232.46</b>	<b>112.55</b>	<b>101.09</b>	<b>87.72</b>	<b>136.63</b>	<b>30.09</b>	<b>88.12</b>
<b>E</b>	ADOBE, TAPIAL O QUINCHA	MADERA CON MATERIAL IMPERMEABILIZANTE.	PARQUET DE 2da. LOSETA VENECIANA 30x30 LAJAS DE CEMENTO CON CANTO RODADO.	VENTANAS DE FIERRO PUERTAS DE MADERA SELECTA (CAOBA O SIMILAR) VIDRIO SIMPLE TRANSPARENTE (4)	SUPERFICIE DE LADRILLO CARAVISTA.	BAÑOS CON MAYÓLICA BLANCA PARCIAL.	AGUA FRÍA, AGUA CALIENTE, CORRIENTE MONOFÁSICA, TELÉFONO.
	<b>163.65</b>	<b>41.96</b>	<b>67.73</b>	<b>75.05</b>	<b>94</b>	<b>17.69</b>	<b>64.06</b>
<b>F</b>	MADERA (ESTORAQUE, PUMAQUIRO, HUAYRURO, MACHINGA, CATAHUA AMARILLA, COPAIBA, DIABLO FUERTE, TORNILLO O SIMILARES) DRY WALL O SIMILAR (SIN TECHO)	CALAMINA METÁLICA FIBROCEMENTO O TEJA SOBRE VIGUERÍA DE MADERA CORRIENTE.	LOSETA CORRIENTE, CANTO RODADO. ALFOMBRA	VENTANAS DE FIERRO O ALUMINIO INDUSTRIAL, PUERTAS CONTRAPLA- CADAS DE MADERA (CEDRO O SIMILAR), PUERTAS MATERIAL MDF o HDF VIDRIO SIMPLE TRANS- PARENTE (4)	TARRAJEO FROTACHADO Y/O YESO MOLDURADO, PINTURA LAVABLE.	BAÑOS BLANCOS SIN MAYÓLICA.	AGUA FRÍA, CORRIENTE MONOFÁSICA. TELÉFONO
	<b>123.25</b>	<b>23.08</b>	<b>46.26</b>	<b>56.35</b>	<b>66.26</b>	<b>13.18</b>	<b>35.23</b>
<b>G</b>	PIRCADO CON MEZCLA DE BARRO.	MADERA RÚSTICA O CAÑA CON TORTA DE BARRO.	LOSETA VINÍLICA, CEMENTO BRUÑADO COLOREADO. TAPIZÓN	MADERA CORRIENTE CON MARCOS EN PUERTAS Y VENTANAS DE PVC O MADERA CORRIENTE	ESTUCADO DE YESO Y/O BARRO, PINTURA AL TEMPLE O AGUA.	SANITARIOS BÁSICOS DE LOSA DE 2da, FIERRO FUNDIDO O GRANITO.	AGUA FRÍA, CORRIENTE MONOFÁSICA SIN EMPOTRAR.
	<b>72.62</b>	<b>15.86</b>	<b>40.82</b>	<b>30.44</b>	<b>54.33</b>	<b>9.06</b>	<b>19.03</b>

VALORES POR PARTIDAS EN NUEVOS SOLES POR METRO CUADRADO DE AREA TECHADA							
	ESTRUCTURAS		ACABADOS				INSTALACIONES ELÉCTRICAS Y SANITARIAS
	MUROS Y COLUMNAS	TECHOS	PISOS	PUERTAS Y VENTANAS	REVESTIMIENTOS	BAÑOS	
<b>H</b>		SIN TECHO	CEMENTO PULIDO, LADRILLO CORRIENTE, ENTABLADO CORRIENTE.	MADERA RÚSTICA.	PINTADO EN LADRILLO RÚSTICO, PLACA DE CONCRETO O SIMILAR.	SIN APARATOS SANITARIOS.	SIN INSTALACIÓN ELÉCTRICA NI SANITARIA.
	.....	<b>0</b>	<b>25.54</b>	<b>15.22</b>	<b>21.73</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>I</b>			TIERRA COMPACTADA	SIN PUERTAS NI VENTANAS.	SIN REVESTIMIENTOS EN LADRILLO, ADOBE O SIMILAR.		
	.....	.....	<b>5.11</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	.....	.....



## ANEXO R Costo de edificaciones por sector

### Sector alojamiento

SECTOR ALOJAMIENTO																						
Categoría	Tipo	Costo por m <sup>2</sup>	Área interior (m <sup>2</sup> )	Área baño (m <sup>2</sup> )	Área terraza (m <sup>2</sup> )	TOTAL	Área interior (m <sup>2</sup> )	Área baño (m <sup>2</sup> )	Área terraza (m <sup>2</sup> )	TOTAL	Área interior (m <sup>2</sup> )	Área baño (m <sup>2</sup> )	Área terraza (m <sup>2</sup> )	TOTAL	Área interior (m <sup>2</sup> )	Área baño (m <sup>2</sup> )	Área terraza (m <sup>2</sup> )	TOTAL				
<b>TIPO DE CABAÑA</b>			<b>CABAÑA MATRIMONIAL</b>				<b>S/ 7,267.86</b>	<b>CABAÑA DOBLE</b>				<b>S/ 8,719.44</b>	<b>CABAÑA TRIPLE</b>				<b>S/ 10,133.80</b>	<b>CABAÑA GRUPAL</b>				<b>S/ 14,645.86</b>
Estructura	Muros y columnas	D	S/ 232.46	14.30	4.00	-	S/ 4,254.02	18.20	4.00	-	S/ 5,160.61	22.00	4.00	-	S/ 6,043.96	34.00	4.00	-	S/ 8,833.48			
	Techos	E	S/ 41.96	14.30	4.00	-	S/ 767.87	18.20	4.00	-	S/ 931.51	22.00	4.00	-	S/ 1,090.96	34.00	4.00	-	S/ 1,594.48			
Acabados	Pisos	G	S/ 40.82	14.30	4.00	6.00	S/ 991.93	18.20	4.00	6.00	S/ 1,151.12	22.00	4.00	6.00	S/ 1,306.24	34.00	4.00	6.00	S/ 1,796.08			
	Puertas y ventanas	G	S/ 30.44	1.50	1.50	-	S/ 91.32	1.50	1.50	-	S/ 91.32	1.50	1.50	-	S/ 91.32	3.00	1.50	-	S/ 136.98			
	Revestimientos	H	S/ 21.73	14.30	4.00	-	S/ 397.66	18.20	4.00	-	S/ 482.41	22.00	4.00	-	S/ 564.98	34.00	4.00	-	S/ 825.74			
	Baños	D	S/ 30.09	-	4.00	-	S/ 120.36	-	4.00	-	S/ 120.36	-	4.00	-	S/ 120.36	34.00	4.00	-	S/ 120.36			
Instalaciones eléctricas y sanitarias		F	S/ 35.23	14.30	4.00	-	S/ 644.71	18.20	4.00	-	S/ 782.11	22.00	4.00	-	S/ 915.98	34.00	4.00	-	S/ 1,338.74			

### Sector administrativo y servicios

SECTOR ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS												
Categoría	Tipo	Costo por m <sup>2</sup>	Área interior (m <sup>2</sup> )	TOTAL	Área interior (m <sup>2</sup> )	TOTAL	Área interior (m <sup>2</sup> )	TOTAL	Área interior (m <sup>2</sup> )	TOTAL	Área interior (m <sup>2</sup> )	TOTAL
<b>TIPO DE EDIFICACIÓN</b>			<b>SS.HH. RESTAURANTE</b>	<b>S/ 17,995.63</b>	<b>SS.HH. RECEPCIÓN</b>	<b>S/ 6,762.63</b>	<b>SS.HH. OFICINAS</b>	<b>S/ 6,762.63</b>	<b>ALMACÉN DE COMIDA Y BEBIDAS</b>	<b>S/ 9,032.06</b>		
Estructura	Muros y columnas	C	S/ 240.38	40.00	S/ 9,615.20	15.00	S/ 3,605.70	15.00	S/ 3,605.70	20.00	S/ 4,807.60	
	Techos	D	S/ 112.55	40.00	S/ 4,502.00	15.00	S/ 1,688.25	15.00	S/ 1,688.25	20.00	S/ 2,251.00	
Acabados	Pisos	H	S/ 25.54	40.00	S/ 1,021.60	15.00	S/ 383.10	15.00	S/ 383.10	20.00	S/ 510.80	
	Puertas y ventanas	H	S/ 15.22	1.50	S/ 22.83	1.50	S/ 22.83	1.50	S/ 22.83	3.00	S/ 45.66	
	Revestimientos	H	S/ 21.73	40.00	S/ 869.20	15.00	S/ 325.95	15.00	S/ 325.95	20.00	S/ 434.60	
	Baños	D	S/ 30.09	40.00	S/ 1,203.60	15.00	S/ 451.35	15.00	S/ 451.35	20.00	S/ 601.80	
Instalaciones eléctricas y sanitarias		G	S/ 19.03	40.00	S/ 761.20	15.00	S/ 285.45	15.00	S/ 285.45	20.00	S/ 380.60	

SECTOR ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS												
Categoría		Tipo	Costo por m <sup>2</sup>	Área interior (m <sup>2</sup> )	TOTAL		Área interior (m <sup>2</sup> )	TOTAL	Área interior (m <sup>2</sup> )	TOTAL		
<b>TIPO DE EDIFICACIÓN</b>				<b>OFICINAS ADMINISTRATIVAS</b>	S/	<b>25,277.38</b>	<b>SALA DE REUNIONES</b>	S/	<b>20,234.08</b>	<b>COMEDOR DE PERSONAL</b>	S/	<b>35,424.86</b>
Estructura	Muros y columnas	B	S/ 349.20	50.00	S/	17,460.00	40.00	S/	13,968.00	70.00	S/	24,444.00
	Techos	F	S/ 23.08	50.00	S/	1,154.00	40.00	S/	923.20	70.00	S/	1,615.60
Acabados	Pisos	F	S/ 46.26	50.00	S/	2,313.00	40.00	S/	1,850.40	70.00	S/	3,238.20
	Puertas y ventanas	G	S/ 30.44	2.00	S/	60.88	2.00	S/	60.88	4.00	S/	121.76
	Revestimientos	H	S/ 21.73	50.00	S/	1,086.50	40.00	S/	869.20	70.00	S/	1,521.10
	Baños	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Instalaciones eléctricas y sanitarias		E	S/ 64.06	50.00	S/	3,203.00	40.00	S/	2,562.40	70.00	S/	4,484.20

SECTOR ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS									
Categoría		Tipo	Costo por m <sup>2</sup>	Área interior (m <sup>2</sup> )	TOTAL	Área interior (m <sup>2</sup> )	TOTAL		
<b>TIPO DE EDIFICACIÓN</b>				<b>QUIOSCO</b>	S/	<b>4,184.30</b>	<b>HALL DE RECEPCIÓN</b>	S/	<b>16,493.68</b>
Estructura	Muros y columnas	F	S/ 123.25	20.00	S/	2,465.00	80.00	S/	9,860.00
	Techos	G	S/ 15.86	20.00	S/	317.20	80.00	S/	1,268.80
Acabados	Pisos	H	S/ 25.54	20.00	S/	510.80	80.00	S/	2,043.20
	Puertas y ventanas	G	S/ 30.44	2.50	S/	76.10	2.00	S/	60.88
	Revestimientos	H	S/ 21.73	20.00	S/	434.60	80.00	S/	1,738.40
	Baños	-	-	-	-	-	-	-	-
Instalaciones eléctricas y sanitarias		G	S/ 19.03	20.00	S/	380.60	80.00	S/	1,522.40

SECTOR ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS					
Categoría		Tipo	Costo por m <sup>2</sup>	Área interior (m <sup>2</sup> )	TOTAL
<b>TIPO DE EDIFICACIÓN</b>				<b>VEREDAS EXTERNAS</b>	<b>S/ 3,831.00</b>
Acabados	Pisos	H	S/ 25.54	150.00	S/ 3,831.00

SECTOR ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS					
Categoría		Tipo	Costo por m <sup>2</sup>	Área interior (m <sup>2</sup> )	TOTAL
<b>TIPO DE EDIFICACIÓN</b>				<b>PLAYA DE ESTACIONAMIENTO</b>	<b>S/ 23,790.00</b>
Estructura	Muros y columnas	-	-	-	-
	Techos	G	S/ 15.86	1500.00	S/ 23,790.00
Instalaciones eléctricas y sanitarias				1500.00	S/ -

SECTOR ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS					
Categoría		Tipo	Costo por m <sup>2</sup>	Área interior (m <sup>2</sup> )	TOTAL
<b>TIPO DE EDIFICACIÓN</b>				<b>SALA DE CONFERENCIAS</b>	<b>S/ 103,725.10</b>
Estructura	Muros y columnas	F	S/ 123.25	400.00	S/ 49,300.00
	Techos	G	S/ 15.86	400.00	S/ 6,344.00
Acabados	Pisos	I	S/ 5.11	1000.00	S/ 5,110.00
	Puertas y ventanas	H	S/ 15.22	5.00	S/ 76.10
	Revestimientos	H	S/ 21.73	500.00	S/ 10,865.00
	Baños	-	-	-	-
Instalaciones eléctricas y sanitarias		E	S/ 64.06	500.00	S/ 32,030.00

SECTOR ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS					
Categoría	Tipo	Costo por m <sup>2</sup>	Área interior (m <sup>2</sup> )		TOTAL
<b>TIPO DE EDIFICACIÓN</b>			<b>ALMACÉN CENTRAL</b>		<b>S/ 42,014.32</b>
Estructura	Muros y columnas	C	S/ 240.38	100.00	S/ 24,038.00
	Techos	D	S/ 112.55	100.00	S/ 11,255.00
Acabados	Pisos	H	S/ 25.54	100.00	S/ 2,554.00
	Puertas y ventanas	G	S/ 30.44	3.00	S/ 91.32
	Revestimientos	H	S/ 21.73	100.00	S/ 2,173.00
	Baños	-	-	-	-
Instalaciones eléctricas y sanitarias		G	S/ 19.03	100.00	S/ 1,903.00

SECTOR ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS					
Categoría	Tipo	Costo por m <sup>2</sup>	Área interior (m <sup>2</sup> )		TOTAL
<b>TIPO DE EDIFICACIÓN</b>			<b>ESTACIÓN DE SEGURIDAD Y VIGILANCIA</b>		<b>S/ 6,796.70</b>
Estructura	Muros y columnas	D	S/ 232.46	14.00	S/ 3,254.44
	Techos	C	S/ 177.32	14.00	S/ 2,482.48
Acabados	Pisos	H	S/ 25.54	14.00	S/ 357.56
	Puertas y ventanas	D	S/ 87.72	1.50	S/ 131.58
	Revestimientos	H	S/ 21.73	14.00	S/ 304.22
	Baños	-	-	14.00	-
Instalaciones eléctricas y sanitarias		G	S/ 19.03	14.00	S/ 266.42

SECTOR ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS					
Categoría	Tipo	Costo por m <sup>2</sup>	Área interior (m <sup>2</sup> )		TOTAL
<b>TIPO DE EDIFICACIÓN</b>			<b>ESTACIÓN DE FERTILIZACIÓN Y AGUA</b>		<b>S/ 9,427.20</b>
Estructura	Techos	D	S/ 112.55	60.00	S/ 6,753.00
Acabados	Pisos	H	S/ 25.54	60.00	S/ 1,532.40
Instalaciones eléctricas y sanitarias		G	S/ 19.03	60.00	S/ 1,141.80

## Sector esparcimiento

SECTOR ESPARCIMIENTO							
Categoría	Tipo	Costo por m <sup>2</sup>	Área interior (m <sup>2</sup> )	TOTAL	Área interior (m <sup>2</sup> )	TOTAL	
TIPO DE EDIFICACIÓN			PISCINA PARA ADULTOS	S/ 55,000.00	PISCINA PARA NIÑOS	S/ 11,000.00	
Estructura	Muros y columnas	-	S/ 55.00	1000.00	S/ 55,000.00	200.00	S/ 11,000.00

SECTOR ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS				
Categoría	Tipo	Costo por m <sup>2</sup>	Área interior (m <sup>2</sup> )	TOTAL
TIPO DE EDIFICACIÓN			LAGUNAS	S/ 10,000.00
Estructura	Base	S/ 10.00	1000.00	S/ 10,000.00

SECTOR ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS						
Categoría	Tipo	Costo por m <sup>2</sup>	Área interior (m <sup>2</sup> )	TOTAL	Área interior (m <sup>2</sup> )	TOTAL
TIPO DE EDIFICACIÓN			ÁREAS VERDES	S/ 2,000.00	ZONA DE JUEGOS INFANTILES	S/ 500.00
Estructura	Base	-	15000.00	S/ 2,000.00	2800.00	S/ 500.00

SECTOR ESPARCIMIENTO							
Categoría	Tipo	Costo por m <sup>2</sup>	Área interior (m <sup>2</sup> )	TOTAL	Área interior (m <sup>2</sup> )	TOTAL	
TIPO DE EDIFICACIÓN			CANCHA DE VOLEY	S/ 972.00	CANCHA DE FÚTBOL	S/ 6,000.00	
Acabados	Pisos	-	S/ 2.00	486.00	S/ 972.00	3000.00	S/ 6,000.00



### ANEXO S Detalle de inversión en maquinaria y equipo

Equipo	Cantidad	Precio Unitario (Inc. IGV)	Subtotal	IGV	Total
Ventilador	49	S/69.90	S/2,902.63	S/522.48	S/3,425.10
Controlador DJ	1	S/619.00	S/524.58	S/94.43	S/619.00
Amplificador de sonido	1	S/499.00	S/422.89	S/76.13	S/499.00
Parlantes	3	S/199.00	S/505.94	S/91.07	S/597.00
Cocina industrial	1	S/329.00	S/278.82	S/50.19	S/329.00
Refrigeradora	2	S/849.00	S/1,438.99	S/259.02	S/1,698.00
Congeladora	1	S/999.00	S/846.62	S/152.40	S/999.00
Campana extractora	1	S/639.00	S/541.53	S/97.48	S/639.00
Microondas	1	S/289.00	S/244.92	S/44.09	S/289.00
Licuada	1	S/209.00	S/177.12	S/31.89	S/209.00
Olla a presión	1	S/289.00	S/244.92	S/44.09	S/289.00
Combo electrodoméstico	1	S/289.00	S/244.92	S/44.09	S/289.00
Parrilla	1	S/99.00	S/83.90	S/15.11	S/99.00
Caño	28	S/14.90	S/353.56	S/63.65	S/417.20
Botes	5	S/750.00	S/3,177.97	S/572.04	S/3,750.00
Cuattrimotos	4	S/1,599.00	S/5,420.34	S/975.67	S/6,396.00
TV 42 pulgadas	23	S/1,149.00	S/22,395.77	S/4,031.24	S/26,427.00
Sanitario	4	S/399.90	S/1,355.60	S/244.01	S/1,599.60
Lavatorio	28	S/89.90	S/2,133.23	S/383.99	S/2,517.20
Lámpara de noche	30	S/45.90	S/1,166.95	S/210.06	S/1,377.00
Ducha	20	S/109.90	S/1,862.72	S/335.29	S/2,198.00
<b>Total maquinaria y equipos</b>					<b>S/54,662.10</b>

Equipo	Cantidad	Precio Unitario (Inc. IGV)	Subtotal	IGV	Total
Computadoras	5	S/2,390.00	S/10,127.12	S/1,822.89	S/11,950.00
Laptop	3	S/2,499.00	S/6,353.39	S/1,143.62	S/7,497.00
Impresora multifuncional	2	S/569.00	S/964.41	S/173.60	S/1,138.00
TV 42 pulgadas	3	S/1,149.00	S/2,921.19	S/525.82	S/3,447.00
Ecran	2	S/249.00	S/422.04	S/75.97	S/498.00
<b>Total equipos de oficina</b>					<b>S/24,530.00</b>

## ANEXO T Detalle de inversión en muebles y enseres

Equipo	Cantidad	Precio Unitario (Inc. IGV)	Subtotal	IGV	Total
Escritorio	4	S/279.00	S/945.77	S/170.24	S/1,116.00
Silla de oficina	4	S/169.00	S/572.89	S/103.13	S/676.00
Sillas de madera	76	S/25.00	S/1,610.17	S/289.84	S/1,900.00
Sillas de plástico	100	S/29.90	S/2,533.90	S/456.11	S/2,990.00
Papelera	35	S/24.90	S/738.56	S/132.95	S/871.50
Tacho de residuos orgánicos	5	S/346.00	S/1,466.11	S/263.90	S/1,730.00
Estante	5	S/179.90	S/762.29	S/137.22	S/899.50
Extintor	12	S/119.90	S/1,219.33	S/219.48	S/1,438.80
Pizarra acrílica	3	S/89.90	S/228.56	S/41.15	S/269.70
Vitrina	3	S/250.00	S/635.60	S/114.41	S/750.00
Mostrador grande	1	S/350.00	S/296.62	S/53.40	S/350.00
Macetero con plantas	61	S/50.00	S/2,584.75	S/465.26	S/3,050.00
Juego de muebles	1	S/1,899.00	S/1,609.33	S/289.68	S/1,899.00
Juegos para niños	4	S/2,000.00	S/6,779.67	S/1,220.35	S/8,000.00
Mesa para 4 personas	17	S/120.00	S/1,728.82	S/311.19	S/2,040.00
Mesas para 6 personas	3	S/165.00	S/419.50	S/75.51	S/495.00
Manteles	20	S/5.96	S/101.02	S/18.19	S/119.20
Set de platos	60	S/9.98	S/507.46	S/91.35	S/598.80
Set de cubiertos	60	S/2.98	S/151.53	S/27.28	S/178.80
Set de cuchillos	60	S/3.23	S/163.99	S/29.52	S/193.50
Set de cucharas	60	S/2.98	S/151.53	S/27.28	S/178.80
Set de vasos	60	S/4.95	S/251.70	S/45.31	S/297.00
Set de tazas	60	S/10.95	S/556.78	S/100.23	S/657.00
Set de copas	50	S/8.33	S/352.97	S/63.54	S/416.50
Set de utensilios de cocina	10	S/44.90	S/380.51	S/68.50	S/449.00
Uniformes de cocina	5	S/45.00	S/190.68	S/34.33	S/225.00
Uniformes de meseros	6	S/30.00	S/152.55	S/27.46	S/180.00
Espejo	26	S/19.90	S/438.48	S/78.93	S/517.40
Sillas de piscina	15	S/250.00	S/3,177.97	S/572.04	S/3,750.00
Bancas de áreas verdes	15	S/450.00	S/5,720.34	S/1,029.67	S/6,750.00
Atril	1	S/380.00	S/322.04	S/57.97	S/380.00
Cama Queen Size	6	S/1,299.00	S/6,605.09	S/1,188.92	S/7,794.00
Cama de 2 plazas	10	S/689.00	S/5,838.99	S/1,051.02	S/6,890.00
Cama de plaza y media	24	S/644.00	S/13,098.31	S/2,357.70	S/15,456.00
Camarotes de plaza y media	10	S/600.00	S/5,084.75	S/915.26	S/6,000.00
Cabecera	6	S/999.00	S/5,079.67	S/914.35	S/5,994.00
Mesa de noche	40	S/169.90	S/5,759.33	S/1,036.68	S/6,796.00
Armario/cómoda	22	S/199.00	S/3,710.17	S/667.84	S/4,378.00
Teléfono fijo	20	S/89.00	S/1,508.48	S/271.53	S/1,780.00
Toallas	66	S/13.50	S/755.09	S/135.92	S/891.00
Repisa de vidrio	20	S/69.90	S/1,184.75	S/213.26	S/1,398.00
Sillas mecedoras	42	S/170.00	S/6,050.85	S/1,089.16	S/7,140.00
<b>Total equipos de oficina</b>					<b>S/107,883.50</b>

### ANEXO U Método del déficit acumulado para estimar el capital de trabajo

Se utilizó el método del déficit acumulado para estimar la inversión del capital de trabajo correspondiente al primer año de operaciones (Sapag, Sapag, & Sapag, 2014). El método indica que se debe calcular el saldo de los ingresos generados por las ventas menos los egresos, dichos montos incluyen IGV a excepción de las remuneraciones. En la tabla inferior se observa que el mayor déficit del año asciende a S/163,208.47.

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
<b>INGRESOS</b>	<b>S/83,268.92</b>	<b>S/71,443.57</b>	<b>S/60,897.98</b>	<b>S/58,319.26</b>	<b>S/53,474.25</b>	<b>S/60,841.84</b>
<b>EGRESOS</b>	<b>S/73,381.52</b>	<b>S/69,530.36</b>	<b>S/66,050.40</b>	<b>S/65,238.41</b>	<b>S/80,359.91</b>	<b>S/65,998.20</b>
Materia Prima	S/8,592.27	S/7,344.13	S/6,216.29	S/5,953.12	S/5,434.32	S/6,199.37
Insumos	S/2,216.96	S/1,894.92	S/1,603.92	S/1,536.02	S/1,402.15	S/1,599.55
Gastos generales de producción	S/4,868.09	S/4,160.93	S/3,521.93	S/3,372.83	S/3,078.90	S/3,512.35
Ventas y publicidad	S/5,182.77	S/4,429.90	S/3,749.60	S/3,590.86	S/3,277.92	S/3,739.39
Remuneraciones	S/46,870.00	S/46,870.00	S/46,870.00	S/46,870.00	S/63,592.29	S/46,870.00
Servicios	S/5,651.43	S/4,830.48	S/4,088.66	S/3,915.57	S/3,574.34	S/4,077.54
<b>SALDO</b>	<b>S/9,887.40</b>	<b>S/1,913.21</b>	<b>-S/5,152.42</b>	<b>-S/6,919.15</b>	<b>-S/26,885.67</b>	<b>-S/5,156.36</b>
<b>SALDO ACUMULADO</b>	<b>S/9,887.40</b>	<b>S/11,800.62</b>	<b>S/6,648.20</b>	<b>-S/270.95</b>	<b>-S/27,156.62</b>	<b>-S/32,312.98</b>
	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>INGRESOS</b>	<b>S/72,770.25</b>	<b>S/66,681.89</b>	<b>S/57,791.12</b>	<b>S/59,229.75</b>	<b>S/60,343.04</b>	<b>S/57,828.99</b>
<b>EGRESOS</b>	<b>S/116,034.96</b>	<b>S/67,912.18</b>	<b>S/65,064.41</b>	<b>S/64,774.41</b>	<b>S/89,451.88</b>	<b>S/110,385.82</b>
Materia Prima	S/7,225.70	S/6,819.68	S/5,896.73	S/5,802.74	S/5,671.16	S/5,394.84
Insumos	S/1,864.37	S/1,759.60	S/1,521.47	S/1,497.22	S/1,463.26	S/1,391.97
Gastos generales de producción	S/4,093.84	S/3,863.80	S/3,340.88	S/3,287.64	S/3,213.09	S/3,056.53
Ventas y publicidad	S/4,358.47	S/4,113.56	S/3,556.84	S/3,500.15	S/3,420.78	S/3,254.11
Remuneraciones	S/93,740.00	S/46,870.00	S/46,870.00	S/46,870.00	S/71,953.46	S/93,740.00
Servicios	S/4,752.59	S/4,485.54	S/3,878.48	S/3,816.66	S/3,730.12	S/3,548.37
<b>SALDO</b>	<b>-S/43,264.72</b>	<b>-S/1,230.29</b>	<b>-S/7,273.29</b>	<b>-S/5,544.66</b>	<b>-S/29,108.84</b>	<b>-S/52,556.84</b>
<b>SALDO ACUMULADO</b>	<b>-S/75,577.69</b>	<b>-S/76,807.98</b>	<b>-S/84,081.27</b>	<b>-S/89,625.93</b>	<b>S/118,734.77</b>	<b>-S/171,291.61</b>

## ANEXO V Cronograma de pagos mensuales del financiamiento por medio de entidad financiera

A continuación, se muestra el cronograma de pagos mensuales del préstamo otorgado por BanBif a una TEA de 11.25% y un plazo de 9 años a cuotas fijas.

Cuota	Fecha	Saldo deudor	Intereses	Amortización	Cuota
0	31/12/2021	S/1,508,315.77	-	-	-
1	1/01/2022	S/1,501,246.63	S/13,459.80	S/7,069.13	S/20,528.93
2	1/02/2022	S/1,494,114.42	S/13,396.71	S/7,132.21	S/20,528.93
3	1/03/2022	S/1,486,918.56	S/13,333.07	S/7,195.86	S/20,528.93
4	1/04/2022	S/1,479,658.48	S/13,268.85	S/7,260.07	S/20,528.93
5	1/05/2022	S/1,472,333.62	S/13,204.07	S/7,324.86	S/20,528.93
6	1/06/2022	S/1,464,943.40	S/13,138.70	S/7,390.23	S/20,528.93
7	1/07/2022	S/1,457,487.22	S/13,072.75	S/7,456.17	S/20,528.93
8	1/08/2022	S/1,449,964.51	S/13,006.22	S/7,522.71	S/20,528.93
9	1/09/2022	S/1,442,374.67	S/12,939.09	S/7,589.84	S/20,528.93
10	1/10/2022	S/1,434,717.10	S/12,871.36	S/7,657.57	S/20,528.93
11	1/11/2022	S/1,426,991.19	S/12,803.02	S/7,725.91	S/20,528.93
12	1/12/2022	S/1,419,196.34	S/12,734.08	S/7,794.85	S/20,528.93
13	1/01/2023	S/1,411,331.93	S/12,664.52	S/7,864.41	S/20,528.93
14	1/02/2023	S/1,403,397.34	S/12,594.34	S/7,934.59	S/20,528.93
15	1/03/2023	S/1,395,391.95	S/12,523.53	S/8,005.39	S/20,528.93
16	1/04/2023	S/1,387,315.11	S/12,452.10	S/8,076.83	S/20,528.93
17	1/05/2023	S/1,379,166.21	S/12,380.02	S/8,148.91	S/20,528.93
18	1/06/2023	S/1,370,944.58	S/12,307.30	S/8,221.63	S/20,528.93
19	1/07/2023	S/1,362,649.58	S/12,233.93	S/8,294.99	S/20,528.93
20	1/08/2023	S/1,354,280.57	S/12,159.91	S/8,369.02	S/20,528.93
21	1/09/2023	S/1,345,836.87	S/12,085.23	S/8,443.70	S/20,528.93
22	1/10/2023	S/1,337,317.82	S/12,009.88	S/8,519.05	S/20,528.93
23	1/11/2023	S/1,328,722.75	S/11,933.86	S/8,595.07	S/20,528.93
24	1/12/2023	S/1,320,050.98	S/11,857.16	S/8,671.77	S/20,528.93
25	1/01/2024	S/1,311,301.82	S/11,779.77	S/8,749.16	S/20,528.93
26	1/02/2024	S/1,302,474.59	S/11,701.70	S/8,827.23	S/20,528.93
27	1/03/2024	S/1,293,568.59	S/11,622.93	S/8,906.00	S/20,528.93
28	1/04/2024	S/1,284,583.11	S/11,543.45	S/8,985.48	S/20,528.93
29	1/05/2024	S/1,275,517.45	S/11,463.27	S/9,065.66	S/20,528.93
30	1/06/2024	S/1,266,370.89	S/11,382.37	S/9,146.56	S/20,528.93
31	1/07/2024	S/1,257,142.71	S/11,300.75	S/9,228.18	S/20,528.93
32	1/08/2024	S/1,247,832.18	S/11,218.40	S/9,310.53	S/20,528.93
33	1/09/2024	S/1,238,438.57	S/11,135.31	S/9,393.62	S/20,528.93
34	1/10/2024	S/1,228,961.12	S/11,051.49	S/9,477.44	S/20,528.93
35	1/11/2024	S/1,219,399.11	S/10,966.91	S/9,562.02	S/20,528.93
36	1/12/2024	S/1,209,751.76	S/10,881.58	S/9,647.34	S/20,528.93
37	1/01/2025	S/1,200,018.33	S/10,795.49	S/9,733.43	S/20,528.93

Cuota	Fecha	Saldo deudor	Intereses	Amortización	Cuota
38	1/02/2025	S/1,190,198.04	S/10,708.63	S/9,820.29	S/20,528.93
39	1/03/2025	S/1,180,290.11	S/10,621.00	S/9,907.93	S/20,528.93
40	1/04/2025	S/1,170,293.77	S/10,532.59	S/9,996.34	S/20,528.93
41	1/05/2025	S/1,160,208.22	S/10,443.38	S/10,085.55	S/20,528.93
42	1/06/2025	S/1,150,032.67	S/10,353.38	S/10,175.55	S/20,528.93
43	1/07/2025	S/1,139,766.32	S/10,262.58	S/10,266.35	S/20,528.93
44	1/08/2025	S/1,129,408.35	S/10,170.96	S/10,357.97	S/20,528.93
45	1/09/2025	S/1,118,957.95	S/10,078.53	S/10,450.40	S/20,528.93
46	1/10/2025	S/1,108,414.30	S/9,985.27	S/10,543.65	S/20,528.93
47	1/11/2025	S/1,097,776.56	S/9,891.19	S/10,637.74	S/20,528.93
48	1/12/2025	S/1,087,043.89	S/9,796.26	S/10,732.67	S/20,528.93
49	1/01/2026	S/1,076,215.44	S/9,700.48	S/10,828.45	S/20,528.93
50	1/02/2026	S/1,065,290.36	S/9,603.85	S/10,925.08	S/20,528.93
51	1/03/2026	S/1,054,267.80	S/9,506.36	S/11,022.57	S/20,528.93
52	1/04/2026	S/1,043,146.86	S/9,408.00	S/11,120.93	S/20,528.93
53	1/05/2026	S/1,031,926.69	S/9,308.76	S/11,220.17	S/20,528.93
54	1/06/2026	S/1,020,606.40	S/9,208.63	S/11,320.30	S/20,528.93
55	1/07/2026	S/1,009,185.08	S/9,107.61	S/11,421.32	S/20,528.93
56	1/08/2026	S/997,661.84	S/9,005.69	S/11,523.24	S/20,528.93
57	1/09/2026	S/986,035.77	S/8,902.86	S/11,626.07	S/20,528.93
58	1/10/2026	S/974,305.96	S/8,799.11	S/11,729.82	S/20,528.93
59	1/11/2026	S/962,471.47	S/8,694.44	S/11,834.49	S/20,528.93
60	1/12/2026	S/950,531.37	S/8,588.83	S/11,940.10	S/20,528.93
61	1/01/2027	S/938,484.73	S/8,482.28	S/12,046.65	S/20,528.93
62	1/02/2027	S/926,330.58	S/8,374.78	S/12,154.15	S/20,528.93
63	1/03/2027	S/914,067.97	S/8,266.32	S/12,262.61	S/20,528.93
64	1/04/2027	S/901,695.94	S/8,156.89	S/12,372.04	S/20,528.93
65	1/05/2027	S/889,213.50	S/8,046.49	S/12,482.44	S/20,528.93
66	1/06/2027	S/876,619.66	S/7,935.10	S/12,593.83	S/20,528.93
67	1/07/2027	S/863,913.45	S/7,822.71	S/12,706.21	S/20,528.93
68	1/08/2027	S/851,093.85	S/7,709.33	S/12,819.60	S/20,528.93
69	1/09/2027	S/838,159.85	S/7,594.93	S/12,934.00	S/20,528.93
70	1/10/2027	S/825,110.43	S/7,479.51	S/13,049.42	S/20,528.93
71	1/11/2027	S/811,944.56	S/7,363.06	S/13,165.87	S/20,528.93
72	1/12/2027	S/798,661.20	S/7,245.57	S/13,283.36	S/20,528.93
73	1/01/2028	S/785,259.31	S/7,127.03	S/13,401.89	S/20,528.93
74	1/02/2028	S/771,737.82	S/7,007.44	S/13,521.49	S/20,528.93
75	1/03/2028	S/758,095.67	S/6,886.78	S/13,642.15	S/20,528.93
76	1/04/2028	S/744,331.78	S/6,765.04	S/13,763.89	S/20,528.93
77	1/05/2028	S/730,445.06	S/6,642.21	S/13,886.72	S/20,528.93
78	1/06/2028	S/716,434.43	S/6,518.29	S/14,010.64	S/20,528.93
79	1/07/2028	S/702,298.76	S/6,393.26	S/14,135.66	S/20,528.93
80	1/08/2028	S/688,036.96	S/6,267.12	S/14,261.81	S/20,528.93
81	1/09/2028	S/673,647.88	S/6,139.85	S/14,389.07	S/20,528.93
82	1/10/2028	S/659,130.40	S/6,011.45	S/14,517.48	S/20,528.93
83	1/11/2028	S/644,483.37	S/5,881.90	S/14,647.03	S/20,528.93
84	1/12/2028	S/629,705.64	S/5,751.19	S/14,777.74	S/20,528.93
85	1/01/2029	S/614,796.03	S/5,619.32	S/14,909.61	S/20,528.93

Cuota	Fecha	Saldo deudor	Intereses	Amortización	Cuota
86	1/02/2029	S/599,753.37	S/5,486.27	S/15,042.66	S/20,528.93
87	1/03/2029	S/584,576.48	S/5,352.03	S/15,176.89	S/20,528.93
88	1/04/2029	S/569,264.15	S/5,216.60	S/15,312.33	S/20,528.93
89	1/05/2029	S/553,815.18	S/5,079.96	S/15,448.97	S/20,528.93
90	1/06/2029	S/538,228.35	S/4,942.09	S/15,586.83	S/20,528.93
91	1/07/2029	S/522,502.42	S/4,803.00	S/15,725.93	S/20,528.93
92	1/08/2029	S/506,636.16	S/4,662.67	S/15,866.26	S/20,528.93
93	1/09/2029	S/490,628.32	S/4,521.08	S/16,007.85	S/20,528.93
94	1/10/2029	S/474,477.62	S/4,378.23	S/16,150.70	S/20,528.93
95	1/11/2029	S/458,182.80	S/4,234.11	S/16,294.82	S/20,528.93
96	1/12/2029	S/441,742.57	S/4,088.70	S/16,440.23	S/20,528.93
97	1/01/2030	S/425,155.64	S/3,941.99	S/16,586.94	S/20,528.93
98	1/02/2030	S/408,420.68	S/3,793.97	S/16,734.96	S/20,528.93
99	1/03/2030	S/391,536.39	S/3,644.63	S/16,884.29	S/20,528.93
100	1/04/2030	S/374,501.42	S/3,493.96	S/17,034.96	S/20,528.93
101	1/05/2030	S/357,314.44	S/3,341.95	S/17,186.98	S/20,528.93
102	1/06/2030	S/339,974.09	S/3,188.58	S/17,340.35	S/20,528.93
103	1/07/2030	S/322,479.00	S/3,033.84	S/17,495.09	S/20,528.93
104	1/08/2030	S/304,827.78	S/2,877.71	S/17,651.21	S/20,528.93
105	1/09/2030	S/287,019.05	S/2,720.20	S/17,808.73	S/20,528.93
106	1/10/2030	S/269,051.41	S/2,561.28	S/17,967.65	S/20,528.93
107	1/11/2030	S/250,923.42	S/2,400.94	S/18,127.99	S/20,528.93
108	1/12/2030	S/232,633.66	S/2,239.17	S/18,289.76	S/20,528.93
109	1/01/2031	S/214,180.69	S/2,075.96	S/18,452.97	S/20,528.93
110	1/02/2031	S/195,563.06	S/1,911.29	S/18,617.64	S/20,528.93
111	1/03/2031	S/176,779.28	S/1,745.15	S/18,783.78	S/20,528.93
112	1/04/2031	S/157,827.88	S/1,577.53	S/18,951.40	S/20,528.93
113	1/05/2031	S/138,707.37	S/1,408.41	S/19,120.52	S/20,528.93
114	1/06/2031	S/119,416.22	S/1,237.79	S/19,291.14	S/20,528.93
115	1/07/2031	S/99,952.93	S/1,065.64	S/19,463.29	S/20,528.93
116	1/08/2031	S/80,315.96	S/891.95	S/19,636.98	S/20,528.93
117	1/09/2031	S/60,503.75	S/716.72	S/19,812.21	S/20,528.93
118	1/10/2031	S/40,514.74	S/539.92	S/19,989.01	S/20,528.93
119	1/11/2031	S/20,347.35	S/361.54	S/20,167.39	S/20,528.93
120	1/12/2031	S/0.00	S/181.57	S/20,347.35	S/20,528.93

## ANEXO W Presupuesto de ingresos

Los ingresos de la empresa corresponden a las actividades en los campos de cultivo y huerta, talleres de elaboración de mermeladas, visita a granja, alojamiento, conferencias y eventos, restaurante, quiosco, paseo a caballo, paseo en bote y paseo en cuatrimotos cuatrimotos.

Las actividades agroturísticas se venderán por paquete.

- Actividades en los campos de cultivo y huerta
- Talleres de elaboración de mermeladas
- Visita a granja y corral

El costo de este paquete es de S/ 120 por persona. En la siguiente tabla se muestran los ingresos mensuales en el horizonte de 10 años.

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
<b>Enero</b>	S/27,138.00	S/38,491.20	S/51,618.00	S/67,036.80	S/84,542.40	S/103,788.00	S/125,505.60	S/149,385.60	S/174,969.60	S/203,212.80
<b>Febrero</b>	S/23,184.00	S/32,904.00	S/44,133.60	S/57,331.20	S/72,327.60	S/88,788.00	S/107,408.40	S/127,857.60	S/149,760.00	S/173,980.80
<b>Marzo</b>	S/19,602.00	S/28,130.40	S/37,976.40	S/49,660.80	S/62,974.80	S/77,568.00	S/94,155.60	S/112,435.20	S/131,944.80	S/153,619.20
<b>Abril</b>	S/18,768.00	S/26,899.20	S/36,279.60	S/47,414.40	S/60,091.20	S/73,980.00	S/89,760.00	S/107,150.40	S/125,704.80	S/146,328.00
<b>Mayo</b>	S/17,118.00	S/24,667.20	S/33,364.80	S/43,737.60	S/55,566.00	S/68,496.00	S/83,252.40	S/99,504.00	S/116,828.40	S/136,147.20
<b>Junio</b>	S/19,542.00	S/27,849.60	S/37,422.00	S/48,739.20	S/61,603.20	S/75,684.00	S/91,674.00	S/109,296.00	S/128,060.40	S/148,898.40
<b>Julio</b>	S/22,782.00	S/32,227.20	S/43,092.00	S/55,872.00	S/70,372.80	S/86,244.00	S/104,240.40	S/123,998.40	S/145,080.00	S/168,470.40
<b>Agosto</b>	S/21,498.00	S/30,434.40	S/40,714.80	S/52,819.20	S/66,571.20	S/81,612.00	S/98,656.80	S/117,388.80	S/137,373.60	S/159,549.60
<b>Septiembre</b>	S/18,576.00	S/26,395.20	S/35,380.80	S/46,022.40	S/58,114.80	S/71,304.00	S/86,301.60	S/102,830.40	S/120,400.80	S/139,944.00
<b>Octubre</b>	S/18,270.00	S/25,992.00	S/34,843.20	S/45,340.80	S/57,272.40	S/70,308.00	S/85,126.80	S/101,448.00	S/118,778.40	S/138,096.00
<b>Noviembre</b>	S/17,856.00	S/25,344.00	S/33,919.20	S/44,083.20	S/55,630.80	S/68,220.00	S/82,552.80	S/98,323.20	S/115,081.20	S/133,728.00
<b>Diciembre</b>	S/16,974.00	S/24,163.20	S/32,398.80	S/42,182.40	S/53,308.80	S/65,412.00	S/79,226.40	S/94,435.20	S/110,557.20	S/128,570.40
<b>Total</b>	<b>S/241,308.00</b>	<b>S/343,497.60</b>	<b>S/461,143.20</b>	<b>S/600,240.00</b>	<b>S/758,376.00</b>	<b>S/931,404.00</b>	<b>S/1,127,860.80</b>	<b>S/1,344,052.80</b>	<b>S/1,574,539.20</b>	<b>S/1,830,544.80</b>

## Alojamiento

En la siguiente tabla se muestran los precios por tipo de cabaña y la participación de cada una.

Tipo de cabaña	Precio por noche por persona	Proporción por cabaña
Cabaña matrimonial	S/175.00	19.55%
Cabaña doble	S/150.00	5.26%
Cabaña triple	S/135.00	55.26%
Cabaña grupal	S/79.00	19.93%

A continuación, se presentan los ingresos mensuales por año de las pernoctaciones en los diferentes tipos de cabañas, tomando en consideración la participación de cada una.

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
<b>Enero</b>	S/29,953.16	S/42,484.08	S/56,972.59	S/73,990.86	S/93,312.41	S/114,554.45	S/138,524.92	S/164,882.12	S/193,120.07	S/224,293.08
<b>Febrero</b>	S/25,588.99	S/36,317.30	S/48,711.80	S/63,278.45	S/79,830.50	S/97,998.42	S/118,550.41	S/141,120.91	S/165,295.35	S/192,028.70
<b>Marzo</b>	S/21,635.41	S/31,048.51	S/41,915.88	S/54,812.36	S/69,507.49	S/85,614.52	S/103,922.83	S/124,098.67	S/145,632.09	S/169,554.89
<b>Abril</b>	S/20,714.90	S/29,689.59	S/40,043.06	S/52,332.93	S/66,324.76	S/81,654.32	S/99,071.25	S/118,265.65	S/138,744.79	S/161,507.34
<b>Mayo</b>	S/18,893.74	S/27,226.05	S/36,825.90	S/48,274.72	S/61,330.14	S/75,601.43	S/91,888.59	S/109,826.05	S/128,947.59	S/150,270.43
<b>Junio</b>	S/21,569.19	S/30,738.58	S/41,303.97	S/53,795.16	S/67,993.61	S/83,535.08	S/101,183.80	S/120,633.82	S/141,344.75	S/164,344.38
<b>Julio</b>	S/25,145.29	S/35,570.29	S/47,562.15	S/61,667.88	S/77,672.92	S/95,190.52	S/115,053.78	S/136,861.37	S/160,129.87	S/185,946.68
<b>Agosto</b>	S/23,728.10	S/33,591.51	S/44,938.35	S/58,298.40	S/73,476.96	S/90,078.02	S/108,890.96	S/129,566.13	S/151,624.05	S/176,100.48
<b>Septiembre</b>	S/20,502.98	S/29,133.31	S/39,051.03	S/50,796.53	S/64,143.34	S/78,700.72	S/95,254.10	S/113,497.51	S/132,890.58	S/154,461.09
<b>Octubre</b>	S/20,165.24	S/28,688.28	S/38,457.66	S/50,044.23	S/63,213.55	S/77,601.40	S/93,957.43	S/111,971.71	S/131,099.88	S/152,421.39
<b>Noviembre</b>	S/19,708.29	S/27,973.06	S/37,437.81	S/48,656.17	S/61,401.66	S/75,296.80	S/91,116.41	S/108,522.76	S/127,019.15	S/147,600.27
<b>Diciembre</b>	S/18,734.80	S/26,669.77	S/35,759.69	S/46,558.19	S/58,838.79	S/72,197.51	S/87,444.95	S/104,231.44	S/122,025.85	S/141,907.65
<b>Total</b>	<b>S/266,340.09</b>	<b>S/379,130.32</b>	<b>S/508,979.89</b>	<b>S/662,505.90</b>	<b>S/837,046.13</b>	<b>S/1,028,023.19</b>	<b>S/1,244,859.44</b>	<b>S/1,483,478.12</b>	<b>S/1,737,874.02</b>	<b>S/2,020,436.36</b>



## Eventos y conferencias

El alquiler del salón de eventos y conferencias tiene un costo de S/ 2,300 por día. Este monto además incluye el soporte de la Asistente de Eventos. A continuación, se presenta los ingresos en el horizonte del proyecto.

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
<b>Enero</b>	S/2,300.00	S/2,300.00	S/4,600.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/9,200.00	S/9,200.00
<b>Febrero</b>	S/2,300.00	S/2,300.00	S/2,300.00	S/2,300.00	S/2,300.00	S/2,300.00	S/4,600.00	S/4,600.00	S/6,900.00	S/9,200.00
<b>Marzo</b>	S/2,300.00	S/2,300.00	S/2,300.00	S/2,300.00	S/2,300.00	S/4,600.00	S/4,600.00	S/4,600.00	S/6,900.00	S/9,200.00
<b>Abril</b>	S/2,300.00	S/2,300.00	S/4,600.00	S/4,600.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/9,200.00	S/6,900.00
<b>Mayo</b>	S/2,300.00	S/2,300.00	S/4,600.00	S/4,600.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/9,200.00	S/4,600.00
<b>Junio</b>	S/2,300.00	S/2,300.00	S/4,600.00	S/4,600.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/9,200.00	S/6,900.00
<b>Julio</b>	S/4,600.00	S/4,600.00	S/4,600.00	S/4,600.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/9,200.00	S/9,200.00
<b>Agosto</b>	S/2,300.00	S/2,300.00	S/4,600.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/9,200.00	S/11,500.00	S/13,800.00
<b>Septiembre</b>	S/2,300.00	S/2,300.00	S/4,600.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/9,200.00	S/11,500.00	S/11,500.00	S/13,800.00
<b>Octubre</b>	S/4,600.00	S/4,600.00	S/4,600.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/9,200.00	S/9,200.00	S/11,500.00	S/11,500.00	S/13,800.00
<b>Noviembre</b>	S/6,900.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/9,200.00	S/9,200.00	S/11,500.00	S/13,800.00	S/16,100.00
<b>Diciembre</b>	S/6,900.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/6,900.00	S/9,200.00	S/9,200.00	S/11,500.00	S/16,100.00	S/20,700.00
<b>Total</b>	<b>S/41,400.00</b>	<b>S/41,400.00</b>	<b>S/55,200.00</b>	<b>S/64,400.00</b>	<b>S/73,600.00</b>	<b>S/82,800.00</b>	<b>S/87,400.00</b>	<b>S/98,900.00</b>	<b>S/124,200.00</b>	<b>S/133,400.00</b>

## Restaurante

Para mantener una estandarización en los precios, el desayuno costará S/15, el almuerzo tendrá un costo de S/30, y la cena S/20. Se ofrecerá una variedad de platos para que el cliente pueda elegir. Siguiendo estos precios, los ingresos del restaurante se detallan a continuación:

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
<b>Enero</b>	S/12,438.25	S/17,641.80	S/23,658.25	S/30,725.20	S/38,748.60	S/47,569.50	S/57,523.40	S/68,468.40	S/80,194.40	S/93,139.20
<b>Febrero</b>	S/10,626.00	S/15,081.00	S/20,227.90	S/26,276.80	S/33,150.15	S/40,694.50	S/49,228.85	S/58,601.40	S/68,640.00	S/79,741.20
<b>Marzo</b>	S/8,984.25	S/12,893.10	S/17,405.85	S/22,761.20	S/28,863.45	S/35,552.00	S/43,154.65	S/51,532.80	S/60,474.70	S/70,408.80
<b>Abril</b>	S/8,602.00	S/12,328.80	S/16,628.15	S/21,731.60	S/27,541.80	S/33,907.50	S/41,140.00	S/49,110.60	S/57,614.70	S/67,067.00
<b>Mayo</b>	S/7,845.75	S/11,305.80	S/15,292.20	S/20,046.40	S/25,467.75	S/31,394.00	S/38,157.35	S/45,606.00	S/53,546.35	S/62,400.80
<b>Junio</b>	S/8,956.75	S/12,764.40	S/17,151.75	S/22,338.80	S/28,234.80	S/34,688.50	S/42,017.25	S/50,094.00	S/58,694.35	S/68,245.10
<b>Julio</b>	S/10,441.75	S/14,770.80	S/19,750.50	S/25,608.00	S/32,254.20	S/39,528.50	S/47,776.85	S/56,832.60	S/66,495.00	S/77,215.60
<b>Agosto</b>	S/9,853.25	S/13,949.10	S/18,660.95	S/24,208.80	S/30,511.80	S/37,405.50	S/45,217.70	S/53,803.20	S/62,962.90	S/73,126.90
<b>Septiembre</b>	S/8,514.00	S/12,097.80	S/16,216.20	S/21,093.60	S/26,635.95	S/32,681.00	S/39,554.90	S/47,130.60	S/55,183.70	S/64,141.00
<b>Octubre</b>	S/8,373.75	S/11,913.00	S/15,969.80	S/20,781.20	S/26,249.85	S/32,224.50	S/39,016.45	S/46,497.00	S/54,440.10	S/63,294.00
<b>Noviembre</b>	S/8,184.00	S/11,616.00	S/15,546.30	S/20,204.80	S/25,497.45	S/31,267.50	S/37,836.70	S/45,064.80	S/52,745.55	S/61,292.00
<b>Diciembre</b>	S/7,779.75	S/11,074.80	S/14,849.45	S/19,333.60	S/24,433.20	S/29,980.50	S/36,312.10	S/43,282.80	S/50,672.05	S/58,928.10
<b>Total</b>	<b>S/110,599.50</b>	<b>S/157,436.40</b>	<b>S/211,357.30</b>	<b>S/275,110.00</b>	<b>S/347,589.00</b>	<b>S/426,893.50</b>	<b>S/516,936.20</b>	<b>S/616,024.20</b>	<b>S/721,663.80</b>	<b>S/838,999.70</b>

## Quiosco

En este lugar se venderán diversos productos elaborados en el fundo, como mermeladas, conservas, bebidas de la zona, vegetales hidropónicos y souvenirs. A continuación, se presentan los ingresos de este servicio.

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
<b>Enero</b>	S/4,703.75	S/6,644.56	S/8,874.66	S/11,479.33	S/14,419.08	S/17,631.00	S/21,235.69	S/25,176.34	S/29,372.01	S/33,979.43
<b>Febrero</b>	S/4,006.82	S/5,663.68	S/7,565.99	S/9,789.06	S/12,300.26	S/15,039.45	S/18,121.33	S/21,486.19	S/25,067.82	S/29,007.91
<b>Marzo</b>	S/3,444.21	S/4,922.72	S/6,618.96	S/8,620.72	S/10,888.24	S/13,357.99	S/16,150.26	S/19,209.56	S/22,454.10	S/26,040.18
<b>Abril</b>	S/3,262.48	S/4,657.04	S/6,255.77	S/8,142.97	S/10,278.86	S/12,604.25	S/15,232.13	S/18,111.47	S/21,164.15	S/24,539.85
<b>Mayo</b>	S/3,008.54	S/4,317.81	S/5,816.74	S/7,594.54	S/9,609.87	S/11,798.93	S/14,284.01	S/17,005.00	S/19,887.22	S/23,085.03
<b>Junio</b>	S/3,484.33	S/4,945.51	S/6,618.63	S/8,585.69	S/10,808.43	S/13,226.13	S/15,957.01	S/18,949.29	S/22,115.33	S/25,613.29
<b>Julio</b>	S/4,030.10	S/5,677.91	S/7,561.57	S/9,764.86	S/12,250.11	S/14,953.20	S/18,001.90	S/21,329.57	S/24,857.89	S/28,752.63
<b>Agosto</b>	S/3,825.06	S/5,393.22	S/7,185.97	S/9,284.99	S/11,655.74	S/14,232.41	S/17,136.77	S/20,310.14	S/23,674.50	S/27,388.68
<b>Septiembre</b>	S/3,247.59	S/4,595.97	S/6,135.79	S/7,949.31	S/9,997.95	S/12,218.27	S/14,729.66	S/17,481.57	S/20,388.25	S/23,604.96
<b>Octubre</b>	S/3,215.77	S/4,556.49	S/6,083.59	S/7,884.77	S/9,919.97	S/12,129.47	S/14,627.90	S/17,363.80	S/20,250.28	S/23,451.66
<b>Noviembre</b>	S/3,163.96	S/4,472.66	S/5,961.95	S/7,717.46	S/9,700.23	S/11,848.17	S/14,280.73	S/16,941.85	S/19,751.59	S/22,862.28
<b>Diciembre</b>	S/3,059.39	S/4,337.61	S/5,792.65	S/7,511.70	S/9,455.23	S/11,555.90	S/13,941.07	S/16,551.86	S/19,301.60	S/22,358.74
<b>Total</b>	<b>S/42,452.00</b>	<b>S/60,185.18</b>	<b>S/80,472.26</b>	<b>S/104,325.40</b>	<b>S/131,283.99</b>	<b>S/160,595.16</b>	<b>S/193,698.47</b>	<b>S/229,916.64</b>	<b>S/268,284.72</b>	<b>S/310,684.65</b>

### Paseo a caballo, paseo en bote y paseo a cuatrimotos

Los costos y participación de estos servicios se detallan en la siguiente tabla:

Actividad	Precio por noche por persona	Proporción por actividad
Paseo a caballo	S/25.00	55.00%
Paseo en bote	S/15.00	75.00%
Paseo en cuatrimotos	S/15.00	72.00%

En la siguiente tabla se consolidan los ingresos de los tres tipos de paseo, de forma mensual para los próximos 10 años.

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
<b>Enero</b>	S/6,735.77	S/9,515.01	S/12,708.51	S/16,438.40	S/20,648.13	S/25,247.59	S/30,409.51	S/36,052.51	S/42,060.72	S/48,658.54
<b>Febrero</b>	S/5,737.76	S/8,110.40	S/10,834.50	S/14,017.94	S/17,613.98	S/21,536.49	S/25,949.75	S/30,768.22	S/35,897.11	S/41,539.33
<b>Marzo</b>	S/4,932.11	S/7,049.33	S/9,478.35	S/12,344.87	S/15,591.96	S/19,128.65	S/23,127.18	S/27,508.08	S/32,154.27	S/37,289.53
<b>Abril</b>	S/4,671.87	S/6,668.88	S/8,958.26	S/11,660.73	S/14,719.33	S/18,049.28	S/21,812.41	S/25,935.63	S/30,307.06	S/35,141.07
<b>Mayo</b>	S/4,308.22	S/6,183.10	S/8,329.58	S/10,875.38	S/13,761.34	S/16,896.07	S/20,454.71	S/24,351.16	S/28,478.50	S/33,057.77
<b>Junio</b>	S/4,989.56	S/7,081.97	S/9,477.87	S/12,294.70	S/15,477.67	S/18,939.82	S/22,850.44	S/27,135.38	S/31,669.16	S/36,678.24
<b>Julio</b>	S/5,771.11	S/8,130.77	S/10,828.17	S/13,983.28	S/17,542.15	S/21,412.98	S/25,778.72	S/30,543.95	S/35,596.50	S/41,173.77
<b>Agosto</b>	S/5,477.49	S/7,723.08	S/10,290.30	S/13,296.11	S/16,691.02	S/20,380.80	S/24,539.85	S/29,084.12	S/33,901.88	S/39,220.58
<b>Septiembre</b>	S/4,650.55	S/6,581.43	S/8,786.44	S/11,383.41	S/14,317.07	S/17,496.56	S/21,092.87	S/25,033.60	S/29,195.97	S/33,802.30
<b>Octubre</b>	S/4,604.99	S/6,524.90	S/8,711.70	S/11,291.00	S/14,205.40	S/17,369.40	S/20,947.15	S/24,864.96	S/28,998.40	S/33,582.78
<b>Noviembre</b>	S/4,530.79	S/6,404.86	S/8,537.51	S/11,051.40	S/13,890.74	S/16,966.57	S/20,450.01	S/24,260.73	S/28,284.27	S/32,738.78
<b>Diciembre</b>	S/4,381.05	S/6,211.45	S/8,295.07	S/10,756.76	S/13,539.89	S/16,548.05	S/19,963.62	S/23,702.27	S/27,639.89	S/32,017.72
<b>Total</b>	<b>S/60,791.26</b>	<b>S/86,185.18</b>	<b>S/115,236.28</b>	<b>S/149,393.98</b>	<b>S/187,998.67</b>	<b>S/229,972.27</b>	<b>S/277,376.22</b>	<b>S/329,240.62</b>	<b>S/384,183.72</b>	<b>S/444,900.41</b>

## ANEXO X Presupuesto de egresos

### Actividades agroturísticas

Los costos de este servicio corresponden a los insumos gastados en los talleres de elaboración de productos y el recorrido por vivero, huerta y área de cultivos mayores, tan como se detalla en la tabla inferior. La categoría otros, incluye las semillas y almácigos.

Insumo	Costo por persona
Azúcar	S/1.10
Limón	S/0.10
Canela	S/0.05
Clavo de olor	S/0.05
Otros	S/3.00
<b>Total</b>	<b>S/4.30</b>

Considerando que el 100% de la demanda anual participará de los talleres, el costo por año se presenta en la siguiente tabla:

2022	2023	2024	2025	2026
S/7,301.74	S/10,351.85	S/13,841.23	S/17,943.97	S/22,580.85
2027	2028	2029	2030	2031
S/27,622.37	S/33,316.14	S/39,545.66	S/46,144.97	S/53,437.76

### Restaurante

Para la elaboración de las diferentes comidas del día se define un costo promedio como se muestra a continuación:

Tipo de comida	Costo por persona
Desayuno	S/7.50
Almuerzo	S/12.50
Cena	S/9.37

Estos valores son multiplicados por la demanda anual y se obtiene el presupuesto de la materia prima como se muestra en la siguiente tabla.

2022	2023	2024	2025	2026
S/59,060.13	S/84,071.04	S/112,864.80	S/146,908.74	S/185,612.53
2027	2028	2029	2030	2031
S/227,961.13	S/276,043.93	S/328,956.92	S/385,368.47	S/448,025.84

### Quiosco

En este servicio se considera los costos de materia prima para la elaboración de los productos que se venderán en el quiosco. De ese modo, se calcula el costo anual que se muestra a continuación.

2022	2023	2024	2025	2026
S/10,188.48	S/14,444.44	S/19,313.34	S/25,038.10	S/31,508.16
2027	2028	2029	2030	2031
S/38,542.84	S/46,487.63	S/55,179.99	S/64,388.33	S/74,564.32



A continuación, se presenta el presupuesto anual del personal

Puesto laboral	Clasificación	Remuneración base	CTS (mayo)	CTS (noviembre)	Gratificación (jul y dic)	ESSALUD	Remuneración anual
Gerente General	Gasto Administrativo	S/6,000.00	S/2,333.34	S/3,500.00	S/6,540.00	S/540.00	S/97,393.34
Jefe de operaciones	Gasto Administrativo	S/2,300.00	S/894.45	S/1,341.67	S/2,507.00	S/207.00	S/37,334.12
Jefe administrativo	Gasto Administrativo	S/2,300.00	S/894.45	S/1,341.67	S/2,507.00	S/207.00	S/37,334.12
Coordinador de actividades agroturísticas	Gasto Administrativo	S/1,800.00	S/700.00	S/1,050.00	S/1,962.00	S/162.00	S/29,218.00
Guías	Mano de Obra Directa	S/1,000.00	S/388.89	S/583.34	S/1,090.00	S/90.00	S/16,232.23
Talleristas	Mano de Obra Directa	S/1,000.00	S/388.89	S/583.34	S/1,090.00	S/90.00	S/16,232.23
Cocinera principal	Mano de Obra Directa	S/1,300.00	S/505.56	S/758.34	S/1,417.00	S/117.00	S/21,101.90
Ayudante de cocina	Mano de Obra Directa	S/1,000.00	S/388.89	S/583.34	S/1,090.00	S/90.00	S/16,232.23
Mozos	Mano de Obra Directa	S/950.00	S/369.45	S/554.17	S/1,035.50	S/85.50	S/15,420.62
Personal de limpieza	Mano de Obra Indirecta	S/1,000.00	S/388.89	S/583.34	S/1,090.00	S/90.00	S/16,232.23
Jardineros	Mano de Obra Indirecta	S/1,000.00	S/388.89	S/583.34	S/1,090.00	S/90.00	S/16,232.23
Asistente de seguridad, recepción y eventos	Gasto Administrativo	S/1,800.00	S/700.00	S/1,050.00	S/1,962.00	S/162.00	S/29,218.00
Recepcionista	Mano de Obra Directa	S/1,200.00	S/466.67	S/700.00	S/1,308.00	S/108.00	S/19,478.67
Encargado de cochera	Mano de Obra Directa	S/1,000.00	S/388.89	S/583.34	S/1,090.00	S/90.00	S/16,232.23
Vigilante (turno diurno)	Mano de Obra Indirecta	S/1,000.00	S/388.89	S/583.34	S/1,090.00	S/90.00	S/16,232.23
Vigilante (turno nocturno)	Mano de Obra Indirecta	S/1,300.00	S/505.56	S/758.34	S/1,417.00	S/117.00	S/21,101.90
Asistente de marketing y ventas	Gasto Administrativo	S/1,800.00	S/700.00	S/1,050.00	S/1,962.00	S/162.00	S/29,218.00
Community manager y call center	Gasto Administrativo	S/1,200.00	S/466.67	S/700.00	S/1,308.00	S/108.00	S/19,478.67
Asistente de gestión del talento humano	Gasto Administrativo	S/1,800.00	S/700.00	S/1,050.00	S/1,962.00	S/162.00	S/29,218.00
Asistente de logística y compras	Gasto Administrativo	S/1,800.00	S/700.00	S/1,050.00	S/1,962.00	S/162.00	S/29,218.00



En la siguiente tabla se muestra el resumen de los presupuestos anuales por puesto de trabajo.

<b>Clasificación de puesto</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Mano de Obra Directa	S/204,526.09	S/204,526.09	S/220,758.32	S/220,758.32	S/252,411.17
Mano de Obra Indirecta	S/155,829.41	S/155,829.41	S/155,829.41	S/172,061.64	S/172,061.64
Administrativos	S/337,630.25	S/337,630.25	S/337,630.25	S/337,630.25	S/337,630.25
<b>TOTAL</b>	<b>S/697,985.75</b>	<b>S/697,985.75</b>	<b>S/714,217.98</b>	<b>S/730,450.21</b>	<b>S/762,103.06</b>
<b>Clasificación de puesto</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>2030</b>	<b>2031</b>
Mano de Obra Directa	S/268,643.40	S/268,643.40	S/284,064.02	S/300,296.25	S/316,528.48
Mano de Obra Indirecta	S/172,061.64	S/172,061.64	S/225,628.00	S/225,628.00	S/225,628.00
Administrativos	S/337,630.25	S/337,630.25	S/337,630.25	S/337,630.25	S/337,630.25
<b>TOTAL</b>	<b>S/778,335.29</b>	<b>S/778,335.29</b>	<b>S/847,322.27</b>	<b>S/863,554.50</b>	<b>S/879,786.73</b>

### ANEXO Z Gastos generales de producción

El gasto por combustible utilizado se define a partir del uso de una cocina industrial de 8 hornillas, que es utilizada 8 horas al día. Se consideró un precio fijo de S/ 45 en un escenario conservador.

<b>Consumo de cocina industrial de 8 hornillas</b>	1635.2	m3/año
<b>Capacidad de 1 balón de gas</b>	28	m3
<b>Costo del balón de gas</b>	S/45.00	S/
<b>Balones de gas anuales</b>	59	balones/año

Con los datos anteriores se puede calcular el gasto en el horizonte del proyecto, tal como se muestra en la siguiente tabla.

<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
S/2,655.00	S/2,655.00	S/2,655.00	S/2,655.00	S/2,655.00
<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>2030</b>	<b>2031</b>
S/2,655.00	S/2,655.00	S/2,655.00	S/2,655.00	S/2,655.00