

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
FACULTAD DE ESTUDIOS DE LA EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACION

**ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA
IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA
DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE
RECORRIDO TURISTICO EN UN
CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD DE
TRUJILLO**

PROYECTO PROFESIONAL PARA OPTAR EL TITULO DE: ADMINISTRADOR
AUTOR

Martinez Cruz, Vasco Estuardo

ASESOR: Luigi Cabos Villa

Trujillo-Perú 2011

RESUMEN EJECUTIVO .	1
ABSTRACT .	3
CAPITULO I: GENERALIDADES .	5
1.1 SECTOR - INDUSTRIA .	6
1.2 JUSTIFICACIÓN . .	6
1.3 POSIBLES BARRERAS DE ENTRADA Y DE SALIDA .	7
1.3.1 BARRERAS DE ENTRADA . .	7
1.3.2 BARRERAS DE SALIDA . .	7
1.4 OBJETIVOS DEL ESTUDIO .	7
1.4.1 OBJETIVO GENERAL . .	7
1.4.2 OBJETIVO ESPECIFICO . .	7
1.5 HORIZONTE DE EVALUACIÓN .	8
1.6 CRONOLOGIA DEL PROYECTO .	8
1.7 EJECUTORES .	9
CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO .	11
2.1 ANALISIS DEL ENTORNO .	11
2.1.1 MACRO ENTORNO . .	11
2.2 INVESTIGACION DE MERCADO .	22
2.2.1 METOLOGIA A EMPLEAR .	22
2.2.2 FUENTES DE INFORMACION .	23
2.2.3 SEGMENTACION .	24
2.2.4 ANALISIS DE LA DEMANDA .	24
2.2.5 ANALISIS DE LA OFERTA .	26
2.2.6 DEDUCCION DEL MERCADO .	26
2.3 ANALISIS DE LA COMERCIALIZACION .	28
2.3.1 MARKETING MIX USADO POR LA COMPETENCIA . .	28
2.3.2 ANALISIS DEL MERCADO PROVEEDOR . .	28

2.3.3 CANALES Y MEDIOS .	32
CAPITULO III: ESTUDIO TECNICO .	33
3.1 ESPECIFICACIONES TECNICAS DEL PRODUCTO .	33
3.2 INGENIERIA BASICA .	36
3.2.1 DESCRIPCION DE PROCESOS .	36
3.2.2 PRODUCCION Y CAPACIDAD . .	39
3.2.3 DESCRIPCION DE TECNOLOGIAS .	44
3.3 CENTRO DE OPERACIONES .	60
3.3.1. MACRO - LOCALIZACION . .	60
3.3.2. MICRO - LOCALIZACION .	60
3.3.3. DESCRIPCION DE TERRENOS, INMEBLES E INSTALACION FIJAS .	62
3.3.4. DISEÑO DE EDIFICACIONES E INSTALACIONES .	62
CAPITULO IV: ESTUDIO LEGAL .	63
4.1. FORMA SOCIETARIA . .	63
4.2 TASAS MUNICIPALES .	65
4.2.1 LICENCIAS Y PERMISOS . .	65
4.2.2 Anuncios Publicitarios . .	65
4.3. LEGISLACION LABORAL .	66
4.4.LEGISLACION TRIBUTARIA . .	67
4.5.OTROS ASPECTOS LEGALES . .	67
4.5.1.Registro de Marca . .	67
4.5.2.Regulación Sanitaria .	68
4.5.3.Regulación Ambiental .	68
4.5.4.Registro de los Vehículos .	73
CAPITULO V: ESTUDIO ORGANIZACIONAL .	75
5.1.PLANEAMIENTO ESTRATEGICO .	75
5.1.1 Misión .	75
5.1.2Visión .	75
5.1.3.Objetivos Estratégicos . .	75

5.1.4.Análisis FODA . .	77
5.1.5.Matriz EFE y EFI .	77
5.1.6.Estrategias de Entrada y Crecimiento .	85
5.1.7.Estructura Organizacional . .	86
5.2.PLAN DE MERCADOTECNICA . .	86
5.2.1.Cualidad Intrínseca . .	86
5.2.2.Costo para el Cliente .	87
5.2.3.Conveniencia .	87
5.2.4.Comunicación . .	87
5.2.5.Posicionamiento . .	87
5.3.EQUIPO DE TRABAJO .	87
5.3.1.Descripción de Posiciones .	88
5.3.2.Manual de Organización y Funciones .	90
5.3.3.Proceso de Reclutamiento y Selección .	94
5.3.4.Plan de Desarrollo del Personal y Monitoreo .	94
5.3.5.Política Salarial y Fijación de Sueldos .	94
CAPITULO VI: Estudio de Costos . .	97
6.1.INVERSIONES .	97
6.1.1Inversiones en Activo Fijo .	97
6.1.2.Inversiones en Activo Intangible . .	99
6.1.3.Inversión en Capital de Trabajo .	100
6.2.COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS . .	102
6.2.1.Materia Prima Directa . .	102
6.2.2.Mano de Obra .	103
6.2.3.Costos y Gastos Indirectos de Fabricación . .	104
6.2.4.Gastos de Administración . .	104
6.2.5.Gastos de Ventas .	105
6.2.6.Depreciación del Activo Fijo y Amortización de Intangibles .	106
6.3.FINANCIAMIENTO . .	107

6.3.3.Elección de Fuente(s) de Financiamiento .	108
6.3.4.Amortización de Deuda .	109
6.4.INGRESOS PROYECTADOS .	109
6.4.1.Ingresos por Ventas . .	109
6.4.2.Recuperación del Capital de Trabajo .	111
CAPITULO VII: EVALUACION ECONOMICA .	113
7.1.SUPUESTOS GENERALES . .	113
7.2.FLUJO DE CAJA PROYECTADA .	114
7.2.1.Flujo de Caja Operativo .	114
7.2.2.Flujo de Capital . .	115
7.2.3.Flujo de Caja Económico . .	116
7.2.4.Flujo de Deuda .	116
7.2.5.Flujo de Caja Financiero .	117
7.3.DETERMINACION DE LA TASA DE DESCUENTO . .	117
7.3.1.Costo de Oportunidad de Capital .	117
7.4.ESTADOS PROYECTADOS .	120
7.4.1.Balance general .	120
7.4.2.Estado de Ganancias y Pérdidas .	121
7.5.Rentabilidad . .	122
7.5.1.Indicadores de Rentabilidad .	122
7.5.2. Periodo de Recuperación de Capital . .	123
7.6.Factores Críticos de Riesgo y Éxito .	123
7.6.1.Descripción . .	123
7.7.Plan de Contingencias y Aseguramiento .	124
CAPITULO VIII: CONCLUSIONES .	125
CAPITULO IX: RECOMENDACIONES . .	127
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .	129
Páginas Webs . .	129
Anexos . .	131

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto, es un estudio de pre-factibilidad para la implementación de una empresa dedicada a ofrecer el servicio de recorrido turístico en un vehículo especial para catorce pasajeros por el centro histórico de la ciudad de Trujillo con un café- bar a bordo, la cual se denominara comercialmente como City Tours, el objetivo del estudio es determinar la viabilidad del proyecto.

El presente proyecto surge de una oportunidad y una necesidad existente por los turistas que visitan la ciudad de Trujillo al no tener ningún servicio innovador, seguro, cómodo y moderno de conocer los principales atractivos turísticos ubicados en el cercado de la ciudad.

Se debe recalcar que actualmente no existe ninguna empresa en el mercado local que brinde un servicio igual o similar al servicio antes mencionado, esto será una ventaja competitiva para el proyecto.

El mercado al cual se dirigiría la empresa serán los turistas internacionales y vacacionistas nacionales que visitan la ciudad de Trujillo, el cual representa 1, 252,759 de turistas, el mercado disponible estará conformado por el 85% del potencial ascendiendo a 1, 064,845, cuyos turistas les parece favorable el proyecto. El mercado efectivo que representa el 23% del mercado disponible asciende a 244,914, cuyos turistas estarían dispuestos a adquirir el servicio de recorrido turístico. Finalmente, para efectos del presente proyecto y teniendo en cuenta nuestra capacidad instalada podremos atender a un mercado objetivo que asciende al 4% del efectivo, lo que significa 10,628 turistas al año.

Para la sostenibilidad del negocio y recordación de marca se harán uso de diferentes estrategias de marketing y alianzas estratégicas, se utiliza la publicidad enfocada y segmentada, no masiva.

Finalmente; se concluye que este proyecto es rentable, teniendo en cuenta el COK de 11.80% dando como resultado los siguientes indicadores financieros: VANE S/. 83,662.07 y TIRE 39.74%.

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

ABSTRACT

This project is a pre-feasibility study for implementing a company dedicated to providing tour service in a especial vehicle for fourteen passengers through the historic center of the city of Trujillo with a coffee-bar on board, the which were named commercially as City Tours, the study's objective is to determine the feasibility of the project.

This project arose from an opportunity and a need exists for tourists visiting the city of Trujillo to have no innovative service, safe, comfortable and modern to meet he main tourist attraction located in the enclosure of the city.

It should be stressed the currently there is no company in the local market to provide the same or similar service to the service mentioned above this will be a competitive advantage for the project.

The market which will lead the company's international tourists and domestic vacationers who visit the city of Trujillo, which represents 1,252,759 tourists, the market will be made a available for 85% of the potential amounting 1,064,845, whose tourist I seem to favor the project. The cash market representing 23% of the market available is 244,914 of which tourists would be willing to buy the tour service. Finally, for purposes of this project and taking into account our production capacity can meet a target market which amounts to 4% of the cash, which means 10,628 tourists per year.

For the sustainability of the business and brand recall will use different marketing strategies and strategic alliance, targeted advertising used, segments, not massive. Finally, we conclude that this project is profitable, taking into account the COK of 11.80% resulting in the following financial indicators: VANE S/. 83,662.07 and TIRE 39.74%.

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

CAPITULO I: GENERALIDADES

NOMBRE DE LA EMPRESA

RAZON SOCIAL: Recorridos Turísticos E.I.R.L.

NOMBRE COMERCIAL: City Tours

CONCEPTO DEL NEGOCIO

City Tour es un servicio de recorrido para turistas nacionales e internacionales que visitan Trujillo. Gracias a este proyecto, podrán conocer los patrimonios culturales de manera cómoda, moderna y divertida.

Este transporte turístico tiene la capacidad para catorce pasajeros y a través de él se realizará excursiones al centro histórico de la ciudad, las principales iglesias, balnearios y centros arqueológicos.

Lo especial de este transporte es el café-bar que tiene abordo, que contará con bebidas tradicionales –como pisco y ron de marcas nacionales –y meriendas, garantizando un recorrido dinámico y entretenido; además, para comodidad de los usuarios, asientos ajustables y giratorios. De igual forma, contará con un guía capacitado que explicará claramente el recorrido en español e inglés, el idioma global.

El mercado objetivo de este proyecto son los turistas nacionales y extranjeros mayores de edad y una de sus ventajas competitivas, es la inexistencia de un servicio similar en la localidad.

1.1 SECTOR - INDUSTRIA

City tour se encuentra clasificado en el sector e industria de transporte, almacenamiento y comunicaciones. Según la clasificación Internacional Industrial Uniforme de las actividades económicas, se detalla como servicio de excursiones en autobuses Código CIUU 6022. Este código establece una categoría uniforme de las actividades económicas productivas que las entidades realizan.

1.2 JUSTIFICACIÓN

El sector turismo en el Perú y en la región de la Libertad presenta grandes oportunidades para un futuro crecimiento. Según la última encuesta "índice de marca país 2010" el Perú se encuentra entre los diez mejores lugares del mundo para hacer turismo, destacando en cinco categorías: cultura, arte, belleza natural, arqueología y gastronomía. Esta encuesta tiene como base la opinión de los turistas que retornan a sus lugares de origen luego de visitar un determinado lugar turístico, porque el Perú es un destino que propone, a quienes lo visitan, descubrir y descubrirse. Su gente, sus lugares, sus sabores propician ese descubrimiento.

La libertad tiene una fuerte demanda de turistas y se encuentra en la posición número de 8 de los 24 departamentos del Perú para la recepción de turistas extranjeros y en la posición número 5 de los 24 departamentos del Perú para la recepción de vacacionistas nacionales.

Específicamente la ciudad de Trujillo cuenta con cuatro centros arqueológicos, cinco museos, cinco iglesias, un monasterio, tres balnearios y más de cinco casonas. La ciudad de Trujillo cuenta con los lugares turísticos habilitados, pero la economía regional se centralizó en otros rubros como la minería y la agronomía, principales pilares de la economía regional, dejando de lado el turismo, un rubro que aún no se ha explotado completamente; por esta razón en Trujillo no se cuenta con servicios vinculados al turismo.

El objetivo de este proyecto es satisfacer una necesidad existente, crear un servicio innovador, moderno que atraiga mayor número de turistas nacionales e internacionales gracias a una experiencia única e inolvidable.

<http://www.peru.info/>

<http://elcomercio.pe/economia/469912/noticia-peru-ha-sido-incluido-entre-10-mejores-paises-mun>

Perfil del vacacionista nacional 2009 – PROMPERU

Perfil del turista extranjero 2009 – PROMPERU

1.3 POSIBLES BARRERAS DE ENTRADA Y DE SALIDA

1.3.1 BARRERAS DE ENTRADA

- Falta del capital inicial
- Política gubernamental
- Costos de habilitación

1.3.2 BARRERAS DE SALIDA

- Activos especializados, poco liquidables.
- Gastos fijos de entrada.

1.4 OBJETIVOS DEL ESTUDIO

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad técnica y económica de implementar un café-bar móvil con city tour para turistas en la ciudad de Trujillo.

1.4.2 OBJETIVO ESPECIFICO

Determinar la demanda existente del proyecto.

Determinar los costos totales del proyecto.

Determinar la rentabilidad del proyecto.

Conocer y comprender los gustos y preferencias de los turistas que visitan la ciudad de Trujillo.

1.5 HORIZONTE DE EVALUACIÓN

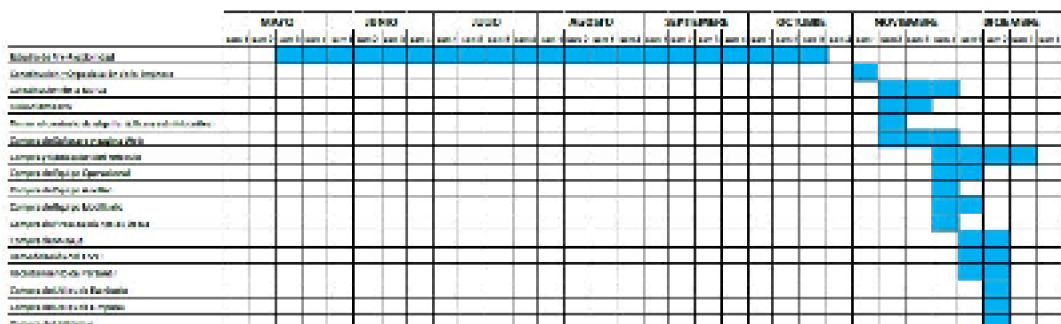
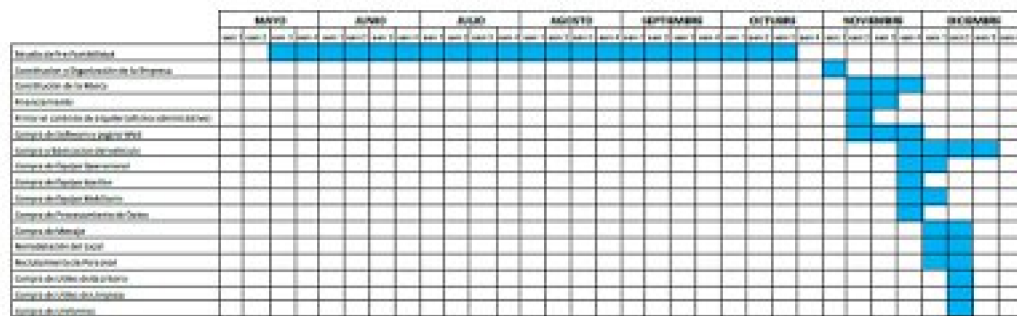
Para la siguiente investigación se tomará un horizonte o periodo de cinco años (5) a partir de la puesta en marcha del negocio.

1.6 CRONOLOGIA DEL PROYECTO

Tarea	Fecha Inicio	Duración (semanas)	Fecha Final
Estudio de Pre-Factibilidad	15/05/2011	154	16/10/2011
Constitucion y Organización de la Empresa	03/11/2011	7	10/11/2011
Constitución de la Marca	10/11/2011	21	01/12/2011
Financiamiento	10/11/2011	14	24/11/2011
Firmar el contrato de alquiler (oficina administrativa)	10/11/2011	7	17/11/2011
Compra de Software y pagina Web	20/11/2011	21	11/12/2011
Compra y fabricacion del vehiculo	28/11/2011	28	26/12/2011
Compra de Equipo Operacional	28/11/2011	14	12/12/2011
Compra de Equipo Auxiliar	28/11/2011	7	05/12/2011
Compra de Equipo Mobiliario	28/11/2011	14	12/12/2011
Compra de Procesamiento de Datos	28/11/2011	7	05/12/2011
Compra de Menaje	01/12/2011	14	15/12/2011
Remodelación del Local	01/12/2011	14	15/12/2011
Reclutamiento de Personal	01/12/2011	14	15/12/2011
Compra de Utiles de Escritorio	07/12/2011	7	14/12/2011
Compra de Utiles de Limpieza	07/12/2011	7	14/12/2011
Compra de Uniformes	07/12/2011	7	14/12/2011

Cuadro N°1. Cronología del Proyecto

Tarea	Fecha Inicio	Duración (semanas)	Fecha Final
Estudio de Pre-Factibilidad	15/05/2011	154	16/10/2011
Constitución y Organización de la Empresa	03/11/2011	7	10/11/2011
Constitución de la Marca	10/11/2011	21	01/12/2011
Financiamiento	10/11/2011	14	24/11/2011
Firmar el contrato de alquiler (oficina administrativa)	10/11/2011	7	17/11/2011
Compra de Software y página Web	20/11/2011	21	11/12/2011
Compra y fabricación del vehículo	28/11/2011	28	26/12/2011
Compra de Equipo Operacional	28/11/2011	14	12/12/2011
Compra de Equipo Auxiliar	28/11/2011	7	05/12/2011
Compra de Equipo Mobiliario	28/11/2011	14	12/12/2011
Compra de Procesamiento de Datos	28/11/2011	7	05/12/2011
Compra de Menaje	01/12/2011	14	15/12/2011
Remodelación del Local	01/12/2011	14	15/12/2011
Reclutamiento de Personal	01/12/2011	14	15/12/2011
Compra de Utiles de Escritorio	07/12/2011	7	14/12/2011
Compra de Utiles de Limpieza	07/12/2011	7	14/12/2011
Compra de Uniformes	07/12/2011	7	14/12/2011



1.7 EJECUTORES

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

La siguiente investigación será desarrollada por el bachiller Vasco Estuardo Martinez Cruz.

CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1 ANALISIS DEL ENTORNO

2.1.1 MACRO ENTORNO

2.1.1.1 Factores Legales

a) Constitución de una E.I.R.L

La empresa ha decidido inscribirse bajo la denominación de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L) que es una persona jurídica de derecho privado constituida por una sola persona quien a su vez es titular de la empresa.

Mediante esta denominación el titular de la empresa no responde con su patrimonio personal ante alguna obligación de la empresa se limita al patrimonio de la establecido por la empresa.

b) Ley de Micro y Pequeña Empresa.

Debido a la naturaleza de la empresa se encuentra regulada por la Ley N°28015 Ley de la Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña empresa, que tiene como objeto

la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de más mismas para incrementar el empleo, productividad y rentabilidad. Las MYPES es la unidad económica que está constituida por una persona jurídica o natural que tiene como fin producir, extraer, transformar y comercialización de bienes y servicios.

c) Ley de Inspecciones técnicas

Debido a que el negocio se va brindar mediante un vehículo es necesario que cumpla las normas establecidas en la Ley N° 29237 – Ley del sistema nacional de inspecciones técnicas vehiculares que tiene como fin certificar el óptimo funcionamiento y mantenimiento de los vehículos y así garantizar la seguridad del transporte y sus condiciones ambientales.

2.1.1.2 Factores Culturales

a) Pisco, bebida bandera.

El pisco es el aguardiente de uva peruano obtenido de la destilación de los caldos fresco de la fermentación exclusiva del mosto de la uva. Las únicas zonas productoras de Pisco son la costa de los departamentos de Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y los valles de Locumba, Sama y Caplina del departamento de Tacna en el Perú. Existen dos variedades de uvas pisqueras las aromáticas que son la Albilla, Italia, Moscatel y Torontel y las no aromáticas que son la Mollar, Negra corriente, Quebranta y Uvina. En base a estas variedades de podemos obtener seis tipos de pisco el quebranta o puro, el acholado, el mosto verde, el pisco aromatizado, el aromático y macerados.

El aguardiente de Pisco, debida tradicional del Perú, producto bandera ofrece hoy al mundo su historia, cultura, calidad y raíces propias.

b) Día Nacional del Ron Peruano

De acuerdo a investigaciones históricas las primeras destilaciones de ron de caña de azúcar en el Perú tuvieron lugar a partir de la segunda mitad del siglo XVII durante la estación del otoño. La bebida tiene como ingrediente principal la caña de azúcar producida principalmente en el norte del país. Además, resulta conveniente recalcar la calidad del producto en el mercado local y sobretodo en el internacional por esta razón ha quedado establecido que cada primer sábado de junio se celebrara el día del Ron Peruano.

c) Centro histórico de Trujillo

Ubicado en la zona amurallada durante la colonia, conserva algunas casas e iglesias coloniales en muy buen estado, una hermano Plaza de Armas; construcciones de la época republicana y moderna que le dan encanto y prestancia señorial.

Casonas

· Casa Urquiaga

Es la sede del banco Central de Reserva del Perú ya que se la compró a la familia Urquiaga en 1972. En su interior guarda el escritorio de Simón Bolívar, colección de ceramios e importante vajilla donada por el Libertador al Sr. Juan Antonio Ochaita y

Urquiaga. En 1604, el cabildo de Trujillo la eligió entre las dos casas más hermosa y mejor situadas de la ciudad para hospedar al nuevo Virrey del Perú, Don Gaspar de Zuñiga y Acevedo, Conde de Monterrey.

El terremoto del 14 de febrero de 1619, que dejó en escombros la ciudad, destruyó totalmente la casa. La propiedad pasó a manos de las mojas del monasterio de Santa María de Gracia de Santa Clara en pago de las deudas que don Juan de Solís y San Martín había contraído con dicho monasterio.

- Casa Orbegoso

Esta mansión ha conservado su típica planta colonial y muchos de sus muebles y alfombras de la época. Fue propiedad del mariscal José Luis de Orbegoso y Moncada, el único personaje de La Libertad que ha llegado a ser Presidente del Perú (1833 – 1835). El mariscal heredó la casa en 1815 de su padre. En el zaguán se ha conservado dos bancas verdes, un pescante de madera con farol y además pintura mural superpuesta, que corresponde a distintas remodelaciones de la casa. Desde 1987 hasta la actualidad pertenece al Banco Interbank.

- Casa Ganoza

Los propietarios fueron Ramírez y Laredo, propietarios de la Hacienda San Nicolás del Paso, hoy llamado Laredo. Esta casa presenta una de las fachadas con pintura mural más hermosas de la ciudad. Su frontón es barroco, flanqueado por dos leones estilo rococó. La ventana es de

estilo imperio y el pequeño balcón de rasgos mudéjar. En el zaguán se pueden ver murales de diferentes estilos.

- Casa del Mayorazgo de Facala

La casa fue construida en 1709 por Bartolomé Tinoco Cervera y fue comprada por Jaime de Orbegoso en 1950 quien cambió la fachada y el balcón diseñándolo al estilo neocolonial. Se destaca por la estatua de mármol de Cristóbal Colón ubicada en el segundo patio. Dentro de esta casona Doña Micaela Muñoz Cañete bordó la primera bandera del Perú que fue izada el 29 de diciembre de 1820. Desde 1991 hasta la actualidad la casa es utilizada para ser sede del Scotiabank.

- Palacio Iturregui

Fue considerado como una de las casonas más hermosas de Sudamérica. Fue construida en 1842 al estilo neoclásico. La casa es una réplica de un palacio florentino del renacimiento, es una de las pocas casas de dos plantas. Actualmente funciona el Club Central de Trujillo.

- Casa de la Emancipación

Actualmente sede del Banco Continental, se conoce oficialmente en 1789 como propiedad de Don Tiburcio de Urquiaga y Aguirre. En 1820 Don Tiburcio cede parte de la

casa a el Marqués de Torre Tagle para instale la intendencia de Trujillo, fue así como en esta edificación se planifico y gesto la independencia de Trujillo.

Iglesias y Monasterios

- Catedral de Trujillo

Conocido también como basílica menor. La primera edificación de esta iglesia matriz fue muy simple por lo que en 1616, con la erección de la Diócesis de Trujillo se mejoró la edificación por una acorde a su rango, pero esta modificación fue destruida en el terremoto del 14 de febrero de 1619. Entre 1614 al 1666 el templo fue reconstruido para que el 23 de agosto de 1967 el Papa Paulo VI elevara a la categoría de basílica menor. En su interior se guardan los retablos más antiguos de Trujillo el de San Pedro, el de San Juan Bautista y el Retablo mayor considerados una obra maestra.

- Iglesia San Francisco

Esta edificación fue construida por la orden de los franciscanos y se inició en 1536 por Francisco de la Cruz, durante la época de la independencia el convento fue entregado al Colegio Nacional San Juan y fue devuelto a los franciscanos en 1894 pero al encontrarla en mal estado dejándole la edificación a la Orden Carmelita.

- Monasterio de Santa Clara

Fue fundado en 1587 por religiosas españolas con la autorización de Santo Toribio de Mogrovejo. Se le denomino Santa Clara, patrona de las religiosas franciscanas. Dentro del monasterio podremos encontrar pechinas que describen pasajes de la vida de santa clara.

- Iglesia Santa Ana

En su antigüedad fue una parroquia para indios por esa razón su diseño es muy similar a otras Iglesias de la ciudad como la de Mansiche y Huamán.

- Iglesia Santo Domingo

En esta edificación destacan sus torres gemelas y sus notables retablos de altar mayor y de la Virgen del Rosario, así como con una cripta mayor decorada con vistosos mural.

- Iglesia San Agustín

Dentro de esta edificación podremos encontrar artísticos murales e oleo con temas de apóstoles en su pulpito interior y gran retablo. Cuenta con un altar mayor de madera dorada y un pulpito barroco de soberbia talla.

- Iglesia San Lorenzo

Es de modesta estructura ya que estuvo al servicio de la clase pobre de la ciudad. En su interior se encuentra el retablo asimismo un cristo yacente de invalorable factura.

2.1.1.3 Factores Económicos

a) Crecimiento económico

Para el Perú el 2010 fue un año de fuerte recuperación económica frente a la crisis económica mundial, el PBI recobró rápidamente sus tasas de crecimiento y se expandió un 8.8%. Una rápida mejora, principalmente en los sectores manufactura, construcción y comercio; gracias a las acertadas políticas económicas implementadas y a las fortalezas de nuestra economía la velocidad de recuperación del país fuera más rápida de la región.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Agropecuaria	5.4	8.4	3.2	7.2	2.3	4.3
Pesca	3.2	2.4	6.9	6.3	-7.9	-16.4
Minería e hidrocarburos	8.4	1.4	2.7	7.6	0.6	-0.1
Minería metálica	7.3	1.1	1.7	7.3	-1.4	-4.9
Hidrocarburos	23.4	5.7	6.5	10.3	16.1	29.5
Manufactura	7.5	7.5	11.1	9.1	-7.2	13.6
Procesadora de recursos primarios	3.9	4.1	-2.7	7.6	0.0	-2.3
Industria no primaria	8.5	8.5	14.0	8.9	-8.5	16.9
Construcción	8.4	14.8	16.6	16.5	6.1	17.4
Comercio	6.2	11.7	9.7	13.0	-0.4	9.7
Servicios	6.4	7.0	9.6	8.6	4.2	7.4
Electricidad y Agua	5.6	6.9	8.4	7.8	1.2	7.7
VALOR AGREGADO BRUTO	6.7	7.9	9.1	9.6	1.1	8.5
Impuestos a los productos y derechos de importación	8.5	6.3	6.4	11.1	-1.1	10.8
PRODUCTO BRUTO INTERNO	6.8	7.7	8.9	9.8	0.9	8.8
VAB primario	6.1	5.0	2.1	7.4	1.0	1.1
VAB no primario	6.8	8.7	10.8	10.3	0.8	10.3

Fuente: BCRP, INEI. Proyecciones MEF.

Cuadro N°2. Crecimiento del PBI – según sector

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Agricultura	5.4	8.4	3.2	7.2	2.9	4.3
Pesca	3.3	2.4	6.9	6.9	-7.9	-16.4
Minería e hidrocarburos	8.1	1.1	2.7	7.6	0.6	0.1
Minería metálica	7.3	1.1	1.7	7.3	1.1	-1.9
Hidrocarburos	23.4	3.7	6.3	10.3	16.1	29.5
Manufactura	7.5	7.5	11.1	9.1	-7.2	13.6
Procesamiento de recursos primarios	3.9	4.1	-2.7	7.6	0.0	-2.3
Industria no primaria	8.5	8.5	14.0	8.9	-8.5	16.9
Construcción	8.4	14.8	16.6	16.5	6.1	17.4
Comercio	6.2	11.7	9.7	13.0	0.1	9.7
Servicios	6.1	7.0	9.6	8.6	4.2	7.1
Electricidad y Agua	5.6	6.9	8.4	7.8	1.3	7.7
VALOR AGREGADO BRUTO	6.7	7.9	9.1	9.6	1.1	8.5
Impuestos a los productos y derechos de importación	8.5	6.3	6.4	11.1	-1.1	10.8
PRODUCTO BRUTO INTERNO	6.8	7.7	8.9	9.8	0.9	8.8
VAB primario	6.1	5.0	2.1	7.4	1.0	1.1
VAB no primario	6.8	8.7	10.8	10.3	0.8	10.3

Fuente: BCRP, INEI, Proyecciones MEF.

Para el año 2011, se estima que el PBI crecerá un 6.5% justificado en las elevadas cotizaciones de nuestros principales productos de exportación. Esta tasa sin embargo es menor a la del año 2010 debido a tres factores, al menor crecimiento de la economía mundial, la disipación de los estímulos monetario y fiscal, el reciente deterioro de las expectativas empresariales y su impacto en la inversión privada.

A pesar de la incertidumbre acerca del entorno internacional, durante el periodo 2012 – 2014 el Perú estará en capacidad de mantenerse como la economía de mayor crecimiento en la region y crecer con tasas sostenidas (6% - 6.5%) siempre y cuando no se dé una nueva recaída de la economía mundial, que deteriore las expectativas de inversión privada.

El Perú aún tiene un amplio espacio para seguir creciendo a tasas relativamente altas y continuar reduciendo la pobreza aceleradamente gracias a los elevados retornos de inversión, la abundancia de recursos naturales y la posibilidad de incorporar el sector informal a la economía formal. Según el marco macroeconómico multianual 2012 – 2014

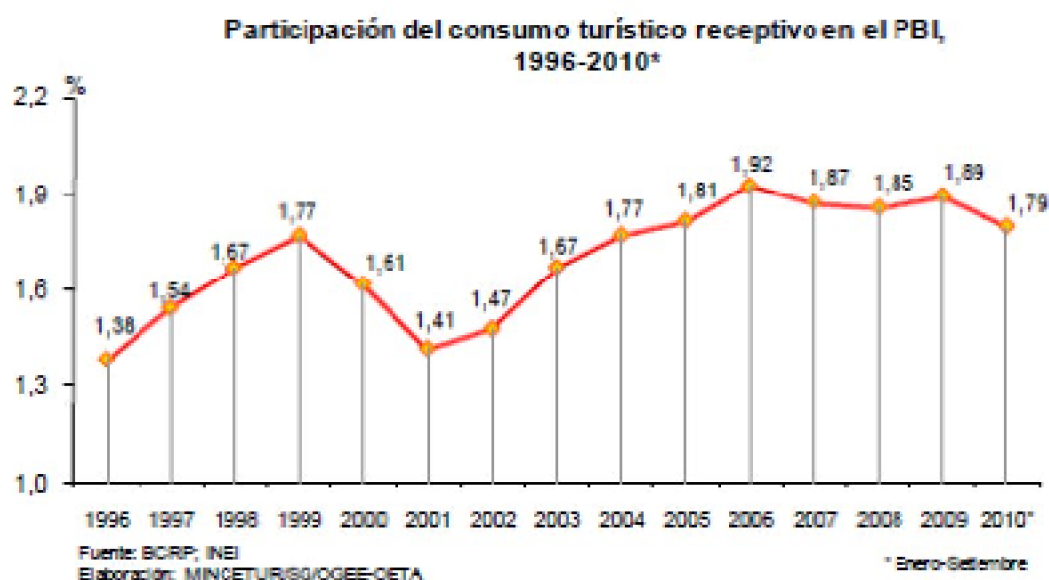
publicado por el Ministerio de Economía y Finanzas del Perú, para el 2014 el escenario económico, para el PBI, puede alcanzar los US\$ 229 mil millones, un incremento acumulado de casi 40% respecto al 2010.

Peso del consumo turístico receptivo en el PBI

En este periodo de análisis se observa una tendencia creciente de la participación del consumo turístico receptivo en el Producto Bruto Interno (PBI) del Perú excepción del año 2001 en que el indicador descendió hasta ubicarse en 1.41%, el nivel más bajo en la serie, debido a la disminución de arribos de los visitantes internacionales durante ese año. A partir del 2002 comienza una evolución positiva relacionada con el mayor número de arribos de turistas y excursionistas internacional al territorio peruano. No obstante, en el periodo enero-setiembre del 2010, el consumo turístico receptivo significó el 1.79% del PBI, menor al resultado del 2009 debido a que la economía peruana viene demostrando, en estos últimos meses, una constante recuperación tras la crisis financiera internacional, sustentada en el comportamiento favorable de la demanda interna principalmente de dos de sus componentes, como la inversión y el consumo privado.



ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD



Las propuestas expresadas por nuestro Presidente electo Ollanta Humala Tasso representante del partido político Gana Perú en su plan de gobierno proponen mejorar la seguridad de los turistas, gestionando penas más drásticas contra los asaltos y hechos delictivos, con un agravante si la víctima es turista extranjero.

Propone promover el turismo interno mejorando la conectividad vial, fomentando nuevos circuitos turísticos e integrando la zona norte, centro y sur, además de fomentar actividades a través de colegios, universidades y la administración pública.

Promover la creación de una línea aérea de bandera nacional que permita ampliar la cobertura de transporte aerocomercial y abaratar los pasajes aéreos, con participación y administración del estado.

Publicitar en el extranjero y a nivel interno las fortalezas de nuestro país en especial la actividad gastronómica que viene tomando fuerza, credibilidad y prestigio.

Por ultimo incrementar el aporte económico del turismo del país al producto bruto interno de 4% al 6% en los próximos años e incrementar en un millón y medio la llegada de turistas extranjeros al país.

<http://especiales.rpp.com.pe/elecciones2011/2011/01/21/conozca-el-plan-de-gobierno-de-ollanta-hun>

2.1.1.5 Factores Demográficos

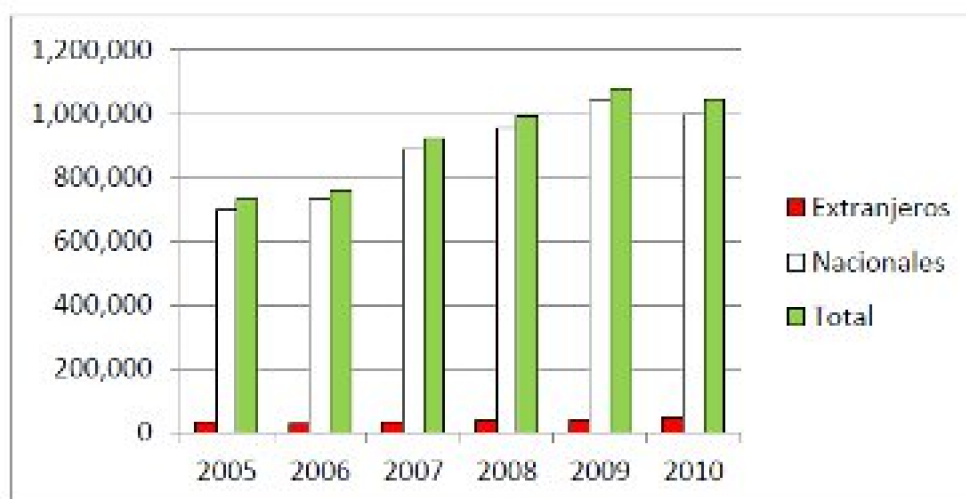
a) Arribos de Turistas a La Libertad

En el periodo 2005-2010, el turismo en la Región de la Libertad creció de 733,784 a 1, 046,068 turistas tanto nacionales y extranjeros, factor sumamente importante que beneficiaría al proyecto.

Es importante destacar, que los turistas extranjeros sólo alcanzan a representar el 4.67% y provienen principalmente de Estados Unidos de Norteamérica, España, Alemania, Argentina y Francia. Los turistas nacionales representan un 95.33% con lo que podemos afirmar que el flujo turístico de la región corresponde fundamentalmente al mercado nacional. Los principales lugares de origen de los vacacionistas son el mismo departamento de Libertad, Lima, Lambayeque, Cajamarca, Piura y Ancash.

AÑOS	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Extranjeros	34,773	29,055	33,783	39,497	40,024	48,847
Nacionales	699,011	730,894	889,690	955,019	1,040,729	997,221
Total	733,784	759,949	923,473	994,516	1,080,753	1,046,068

Grafica N°2. Total de arribos anuales de Turistas



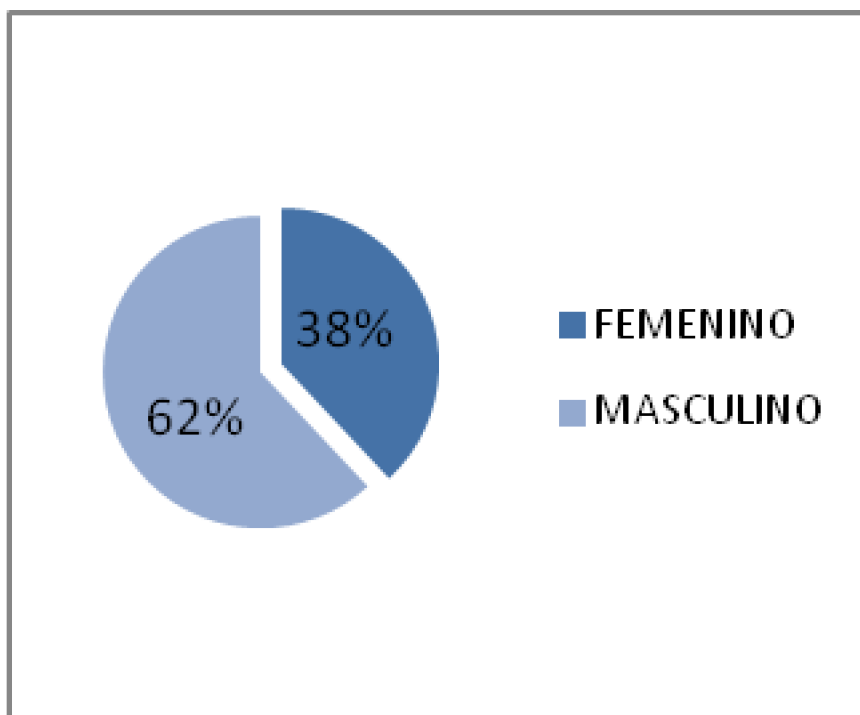
Fuente: ENCUESTA MENSUAL DE ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE - MINCETUR/OGIER

Elaboración: PROPLA

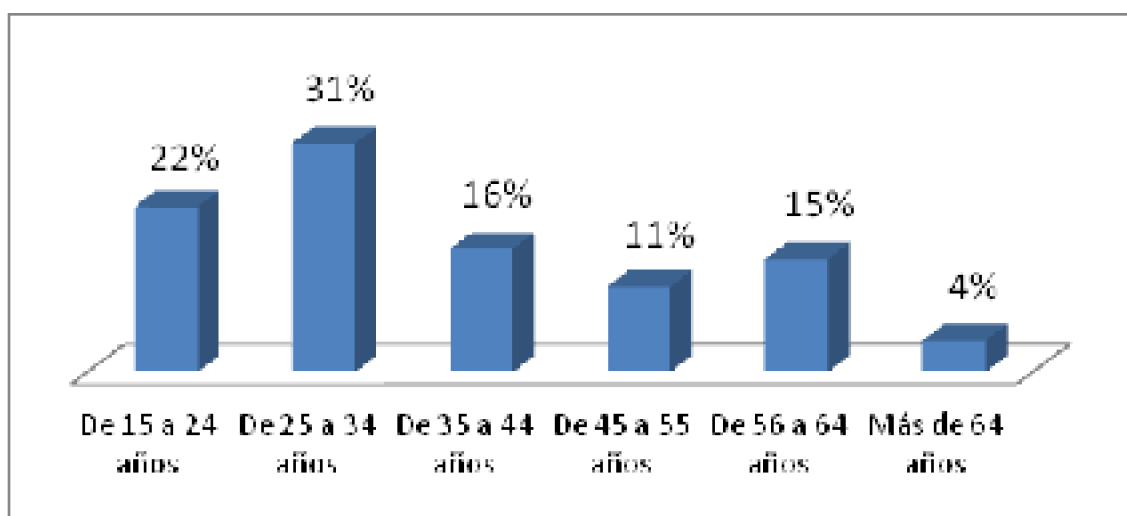
De acuerdo a la información que proporciona el Perfil del Turista Extranjero que visita la Libertad, puede afirmarse que se trata de un destino visitado en su mayoría por

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

hombres (62%) y por turistas jóvenes que en su mayoría fluctúan entre edades de 15 a 34 años (53%). Estos turistas tienen un gasto promedio de 1,694 dólares americanos.



Grafica N°3

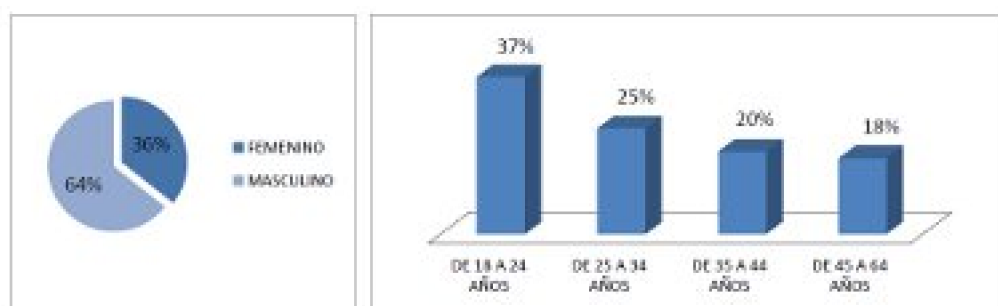


Grafica N°3



Fuente: PERFIL DEL TURISTA EXTRANJERO 2009

En cuanto al perfil del Turista Nacional, podemos observar que en su mayoría hombres (64%) de igual manera el turista extranjero. También podemos observar que sus edades fluctúan entre los 18 a 34 años (62%) con un gasto promedio bastante bajo de S/. 396 nuevos soles debido a que se hospedan en la casa de familiares y amigos y, ocasionalmente, en establecimientos de hospedaje.



Fuente: PERFIL DEL TURISTA NACIONAL 2009
Elaboración: PROPIA

Grafica N°4. Agrupación de Turistas Nacionales por sexo y edad

a) Clima Liberteano

La costa del departamento de la libertad tiene un clima cálido y soleado durante una buena parte del año. Su temperatura promedio oscila entre los 20°C y 21°C y en verano (enero a marzo) supera los 30°C. En invierno (junio y agosto), las pequeñas garúas humedecen la campiña de la costa.

Cabe resaltar que en la capital del Departamento, Trujillo es conocida como la ciudad de la eterna primavera, porque el clima es más frío y húmedo durante gran parte del año. La neblina y garúas son fenómenos comunes en la época de invierno y otoño; pero estos cambios climáticos en la ciudad de Trujillo se deben al desarrollo del proyecto Chavimochic, al desarrollo de cultivos agroindustriales en los desiertos y a la contaminación ambiental

b) Cambios Climatológicos

La comisión nacional del cambio climatológico del Perú publicó un informe que advierte sobre los posibles impactos futuros del cambio climatológico. Entre los impactos destacados se señalan la elevación de un metro del nivel del mar, ya que se generaría inundaciones en el litoral del país, afectando directamente a viviendas, plantas pesqueras

e industriales y clubes. Asimismo, tendríamos una reducción de especies marinas comerciales y por último podríamos esperar una reiterada manifestación del Fenómeno del Niño teniendo consecuencias graves en los siguientes rubros: Pesquería, Transporte y Recreación.

c) Erosión de balnearios

Los expertos sostienen que la erosión y los fuertes oleajes son ocasionados por el molón del puerto de Salaverry, edificación realizada por el Estado en 1982. Este molón es una construcción de piedra de 1,050 metros de largo que impide que la arena se movilice con normalidad, de sur a norte, por la corriente marina. Tiene como fin mantener despejado el canal de navegación por donde entran los barcos.

Se calcula que desde el inicio de este problema, hace más de tres décadas, se ha perdido 100 metros de playa en 22 kilómetros desde Salaverry hasta Huanchaco. Se estima que se necesitan cuatro millones de metros cúbicos de arena para iniciar el rescate de la costa trujillana. Con ello se recuperarían al menos treinta metros de playa.

<http://elcomercio.pe/peru/727362/noticia-se-necesitan-millones-m3-arena-iniciar-rescate-costa-tru>

2.2 INVESTIGACION DE MERCADO

2.2.1 METOLOGIA A EMPLEAR

Para el siguiente proyecto se eligió la investigación cuantitativa, para conocer y analizar la opinión del cliente potencial mediante la aplicación de una encuesta a una muestra representativa. La muestra fue calculada mediante la aplicación de la siguiente fórmula probabilística para poblaciones finitas (menos de 100,000 habitantes).

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

Dónde:

n = tamaño de muestra

Z = valor estadístico asociado a un nivel de confianza

P = probabilidad de aceptación

Q = probabilidad de rechazo

N = población

E = margen de error

Z = 1.96 (grado de confianza del 95%)

P = 70%

Q = 30%

N = 94,097 (ingreso mensual)

E = 5%

n = 322 encuestas

El tamaño de la muestra es de 322. Con este dato podemos deducir que 308 son para vacacionistas nacionales y 14 para turistas extranjeros.

Se realizarán encuestas directas y estructuradas por cuestionarios aplicado a turistas y vacacionistas hombres y mujeres, nacionales y extranjeros mayores de edad (18 años), en forma personal e individual, tanto en español como en inglés.

2.2.2 FUENTES DE INFORMACION

a) Virtual

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Es el órgano nacional que define, dirige, ejecuta, coordina y supervisa la política de comercio exterior y de turismo. Tiene la responsabilidad de negociar, regular y promocionar las exportaciones. En materia de turismo promueve, orienta y regula la actividad turística, con el fin de impulsar su desarrollo sostenible.

- Promperu

Es la comisión de promoción del Perú para la exportación y el turismo que se encarga de diseñar, coordinar, concertar y ejecutar acciones del sector público y el sector privado.

b)No Virtual

- Manual CTN de buenas prácticas para un turismo sostenible y calidad de los servicios.

Es un proyecto de desarrollo para el Circuito Turístico Nororiental del Perú cuyo propósito es elevar la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas, fortalecer la gestión del sector, diseñar y comercializar productos turísticos sostenibles.

- Sistema estadístico nacional Perú – Compendio Estadístico 2010

Es un documento de disposición pública elaborado por el Instituto Nación de Estadística e informática (INEI) con el propósito de contribuir a los requerimientos de información

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

estadística de los usuarios vinculados a instituciones públicas y privadas, organismos internacionales, investigadores, periodistas, estudiantes y comunidad.

2.2.3 SEGMENTACION

La segmentación para este proyecto, se basa en turistas tanto nacionales como extranjeros, hombres y mujeres, que sean mayores a 18 años de edad que tengan como destino de visita el Departamento de La Libertad.

2.2.4 ANALISIS DE LA DEMANDA

2.2.4.1 Producto Básico, Real y Aumentado

Producto Básico: Servicio de recorrido turístico en vehículo en el centro histórico de Trujillo.

Producto real: City Tour está dirigido a turistas extranjeros y vacacionistas nacionales con un circuito cerrado en el centro histórico de Trujillo con un bar – café a bordo, único en nuestra ciudad.

Producto Aumentado: además tendremos la opción de un guía a bordo que pueda ir explicando detalladamente cada parada en español e inglés; también contaremos con una barra a bordo a disposición de los pasajeros para que puedan consumir bebidas alcohólicas y no alcohólicas. Finalmente, para comodidad de los usuarios, los asientos serán giratorios y ajustables al tamaño que el cliente desee.

2.2.4.2 Demanda Histórica y Actual

El departamento de La Libertad ha experimentado durante los últimos años un incremento de arribo de turistas tanto nacionales como internacionales, eso significa que Trujillo, capital del departamento, se ha consolidado como un lugar atractivo para incluir dentro de la ruta de viaje; así lo demuestra el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Años	Número de Arribos		
	Nacional	Extranjero	Total
2006	730,894	29,055	759,949
2007	889,690	33,783	923,473
2008	955,019	39,497	994,516
2009	1,040,729	40,024	1,080,753
2010	997,221	48,847	1,046,068
2011	1,127,819	51,989	1,179,807

Fuente: ENCUESTA MENSUAL DE ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE

Cuadro N°3. Numero de Arribos - Histórico

Para la mayoría de los vacacionistas nacionales el interés de viajar y conocer la ciudad de Trujillo lo despiertan los comentarios y experiencias de familiares y amigos; para los turistas extranjeros el uso de internet, redes sociales, asimismo programas de televisión sobre viajes y documentales de nuestro País los motiva a tomar su decisión de viaje.

El factor principal de viaje tanto para vacacionistas nacionales y turistas extranjeros es por vacaciones, recreación u ocio para descansar y relajarse.

2.2.4.3 Variables que Afectan a la Demanda

Las variables que afectan a la demanda de este proyecto son:

- Seguridad: las huelgas o conflictos internos afectan directamente el número de visitas ya que el turista extranjero o vacacionista nacional no se expondría a utilizar el poco tiempo disponible de vacaciones en ir a una ciudad en donde los comercios, centros turísticos y transporte no estén disponibles, además de poner su seguridad en riesgo. Las principales agencias de turismo, como medida de protección al turista, se ven obligadas a retirar o suspender sus ofertas o reservaciones, como ocurrió con la ciudad de Puno el pasado Junio. Este tipo de conflictos dañan la imagen de la ciudad y sobretodo del País.

<http://www.larepublica.pe/11-06-2011/huelga-en-puno-aleja-los-turistas>

- Clima: el País aún no cuenta con carreteras o infraestructura capaz de soportar desastres naturales como huaycos, fuertes lluvias o inundaciones. Cuando sucede este tipo de desastres los lugares turísticos prefieren cancelar sus visitas para no poner en riesgo la vida del turista o vacacionista.
- Inflación: este factor económico afecta directamente al turismo nacional, ya que repercute a la liquidez y disponibilidad de dinero del vacacionista porque primero tiene que cumplir sus obligaciones primarias, las personas gastan menos en extras y se centran en cubrir lo vital.

2.2.4.4 Demanda Proyectada

Para el siguiente proyecto hemos pronosticado la demanda hasta el año 2016 y podemos concluir que este mercado va seguir con un crecimiento considerable con el paso de los años, lo que beneficia al desarrollo económico del proyecto.

Años	Número de Arribos		
	Nacional	Extranjero	Total
2011	1,127,819	51,989	1,179,807
2012	1,196,188	56,571	1,252,759
2013	1,264,557	61,154	1,325,711
2014	1,332,926	65,736	1,398,663
2015	1,401,296	70,319	1,471,614
2016	1,469,665	74,901	1,544,566

Fuente: ENCUESTA MENSUAL DE ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE

Cuadro N°4. Numero de arribos– proyectado

2.2.5 ANALISIS DE LA OFERTA

Actualmente en la ciudad de Trujillo no existe ninguna empresa que brinde un servicio similar al propuesto en este proyecto "City Tour". Existen empresas que se dedican al traslado de turistas pero no tienen una ruta o perímetro establecido, su recorrido está sujeto a la decisión del turista. Por esta razón nosotros somos un servicio único en Trujillo, ya que City Tour si contará con una ruta e itinerario establecido en el centro histórico de Trujillo.

2.2.6 DEDUCCION DEL MERCADO

2.2.6.1 Proyección del Mercado Potencial, Disponible y Efectivo

2.2.6.1.1 Mercado Potencial

Está formado por el total de turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan la ciudad de Trujillo.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Mercado Potencial	368,090,784	1,252,759	1,325,711	1,398,663	1,471,614	1,544,566
Demanda proyectada		1,252,759	1,325,711	1,398,663	1,471,614	1,544,566
Oferta proyectada		0	0	0	0	0
Déficit (Mercado Disponible)		1,252,759	1,325,711	1,398,663	1,471,614	1,544,566

Cuadro N°5. Mercado Potencial

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Mercado Potencial	380,090,704	1,262,769	1,326,711	1,398,663	1,471,614	1,544,566
Demanda proyectada		1,262,769	1,326,711	1,398,663	1,471,614	1,544,566
Cifra proyectada	0	0	0	0	0	0
Déficit (Mercado Disponible)		1,262,769	1,326,711	1,398,663	1,471,614	1,544,566

2.2.6.1.2 Mercado Disponible

Se obtiene mediante la deducción del mercado potencial a un 85% que son los turistas que respondieron positivamente a la idea del negocio en el encuentro formulada en la investigación de mercado.

Factor	85%					
Mercado Disponible		1,064,845	1,126,854	1,188,863	1,250,872	1,312,881

Cuadro N°6.Mercado Disponible

Factor	85%					
Mercado Disponible		1,064,845	1,126,854	1,188,863	1,250,872	1,312,881

2.2.6.1.3 Mercado Efectivo

Está conformado por la deducción del mercado disponible en un 23% que son los turistas que se encuentran interesados en adquirir el producto, pero se tiene en cuenta el factor de grado de compra.

Factor	23%					
Mercado Efectivo		244,914	259,176	273,438	287,701	301,963

Cuadro N°7.Mercado Efectivo

Factor	23%					
Mercado Efectivo		244,914	259,176	273,438	287,701	301,963

2.2.6.2. Mercado Objetivo Proyectado

El mercado objetivo es el 4% del mercado efectivo, teniendo la participación del proyecto y la capacidad máxima que tiene el proyecto.

Factor	4%					
Mercado Meta		10,628	11,247	11,868	12,485	13,104

Cuadro N°8.Mercado Objetivo Proyectado

Factor	4%					
Mercado Meta		10,628	11,247	11,868	12,485	13,104

2.3 ANALISIS DE LA COMERCIALIZACION

2.3.1 MARKETING MIX USADO POR LA COMPETENCIA

2.3.1.1 Calidad Intrínseca / producto

Las empresas de transporte turístico brindan un servicio similar al del proyecto presentado, solo que ellos no tienen un recorrido en el centro histórico de la ciudad; estas empresas tienen la modalidad de trasladar grupos de turistas del hotel a un atractivo turístico como Chan Chan, Huanchaco, Chicama, El brujo, Huaca del Sol de la Luna, Huaca Dragón, etc. y luego regresarlos al hotel, de igual manera también pueden hacer traslados de larga distancia como a otro Departamento que tome más horas de viaje. Las empresas de taxi de manera excepcional brindan recorridos turísticos en la ciudad si algún cliente se lo solicita pero sólo brindan el servicio de transporte.

2.3.1.2 Costo para el Cliente / precio

Las empresas de servicio de transporte turístico tienen una tarifa promedio de S/. 40.00 para transportar del hotel a un atractivo turístico específico. Los taxis también brindan el servicio de transporte de turistas como una excepción a su servicio y el precio por hora promedio es de S/. 18.00 por recorridos dentro de la ciudad y S/. 25.00 por hora si es fuera de la ciudad.

2.3.1.3 Conveniencia / Plaza

Los transportes de turistas de pequeño tamaño, como lo será el nuestro, podrán ingresar y movilizarse por toda la ciudad sin ningún problema a diferencia de las empresas de transporte de tamaño mediano o grande que tienen prohibido el ingreso al centro histórico y calles angostas y que sólo pueden transitar por las principales avenidas, teniendo en cuenta la jurisdicción de la municipalidad del distrito por donde van a transitar.

2.3.1.4 Comunicación / Promoción

Las empresas que se dedican al transporte turístico o taxis no invierten en publicidad ni promociones, se limitan a que el cliente o agencia de viaje los contacte. Esto es un punto a favor para el proyecto ya que podríamos optar por invertir en una campaña adecuada en publicidad y lograr rápidamente un posicionamiento de mercado.

2.3.2 ANALISIS DEL MERCADO PROVEEDOR

2.3.2.1 Identificación y Caracterización

Los proveedores de metal - mecánica son:

- Fameca
- L&S Nassi
- Consermet

Los proveedores de combustible y aceite son:

- Primax
- Pecsá
- Repsol

Los proveedores de mantenimiento son:

- Automotors Import
- Anorsa
- Alfredo Pimentel
- Bridgestone

Los proveedores de comidas y bebidas son:

- Estacion Gourmet
- Roger Ciudad.
- Distribuidora Pallets.
- Plaza Vea
- Tottus
- Wong
- Palo Marino
- Backus
- Corporación Lindley
- Cassinelli

Los proveedores de útiles de escritorio y accesorios.

- Copy Ventas
- Book Center
- Lápiz López
- Nept Computer

2.3.2.2 Criterios de Selección

Se seleccionara al mercado proveedor de acuerdo a los siguientes criterios cualitativos:

- Calidad, que los productos sean de marca reconocidas, en lo posible de productos nacionales.
- Garantía, nos referimos al respaldo que el proveedor le dé a sus productos.
- Disponibilidad, nos referimos al stock y continuidad del producto.
- Puntualidad, nos referimos al tiempo de respuesta en que el proveedor atiende nuestra orden de compra y deja el producto en nuestro almacén.
- Modalidad de pago, que el proveedor nos pueda habilitar una línea de crédito suficiente para cubrir nuestras compras mensuales y luego ir cancelando cada pedido en un plazo entre 15 a 30 días mediante un cheque o transferencia bancaria.
- Precio del producto, que sea el razonable sin sacrificar la calidad del producto y atención.

2.3.2.3 Evaluación y Selección

a) Selección: los proveedores que cumplan con los criterios de selección antes mencionados, se le tomara en cuenta y se solicitara la siguiente documentación para archivo del área de operaciones:

- Constitución de la empresa.
- Ficha RUC.
- Vigencia de Poder del representante legal.
- Número de cuenta corriente, entidad financiera y moneda.
- Licencia de Funcionamiento.
- Catálogo de Productos (actualizarla cada 3 meses).
- Lista de precios (actualizarla cada 3 meses).
- Certificados de calidad (si la empresa tuviera)
- Número de Registro Sanitario.

b) Evaluación: se aplicará cuando el proyecto esté en funcionamiento. La fase de evaluación de proveedores se dará cada 3 meses y el área encargada de realizarla, dentro de sus funciones, será la Administración. El proceso de evaluación se basa en calificar al proveedor en 3 valores y ponderarlo según el grado de importancia que le hemos dado a los criterios de selección, a continuación los detallamos:

VALOR	CALIFICACION
Bueno	2
Regular	1
Malo	0

CRITERIO	PESO
Calidad	0.25
Garantía	0.19
Disponibilidad	0.15
Puntualidad	0.12
Modalidad de pago	0.19
Precio del Producto	0.10
TOTAL	1.00

2.3.3 CANALES Y MEDIOS

El presente proyecto utilizara el canal de mercado directo o nivel cero con los proveedores seleccionados para así disminuir el tiempo de entrega.

CAPITULO III: ESTUDIO TECNICO

3.1 ESPECIFICACIONES TECNICAS DEL PRODUCTO

La empresa se dedicará a brindar el servicio de recorrido turístico en la ciudad de Trujillo, teniendo como ruta específica el centro histórico de la ciudad. El recorrido tendrá una duración de dos horas a una velocidad constante de 40km por hora. En un vehículo de confección especial con el equipamiento necesario para un café-bar a bordo con atención de bebidas no alcohólicas y alcohólicas. Durante el trayecto sólo se ofrecerán bebidas a base de productos peruanos como el pisco y el ron. A continuación detallamos las características técnicas del vehículo:

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

Características Técnicas	
Peso Máximo autorizado (kg)	3000
Número de asientos	15
Combustible	Gasolina
Suministro de combustible	Inyección
Largo	5240 mm
Ancho	1993 mm
Alto	2415mm
Altura al suelo	670mm
Consumo Medio (gl/km)	9.9
Posición de motor	Delantera
Traccion	Delantera
Número de cilindros	5
Caja de Cambios	Manual, 6 velocidades
Velocidad máxima (km/h)	149
Depósito de Combustible (galones)	14
Frenos (Del. - Tras.)	Discos ventilados
Neumáticos	205/55/R16
Marea	Volkswagen
Modelo	Crafter Furgon
Faros	HID - leds
Reproductor	MP3, Ipod y USB.

Cuadro N°9Especificaciones Técnicas del Producto





3.2 INGENIERIA BASICA

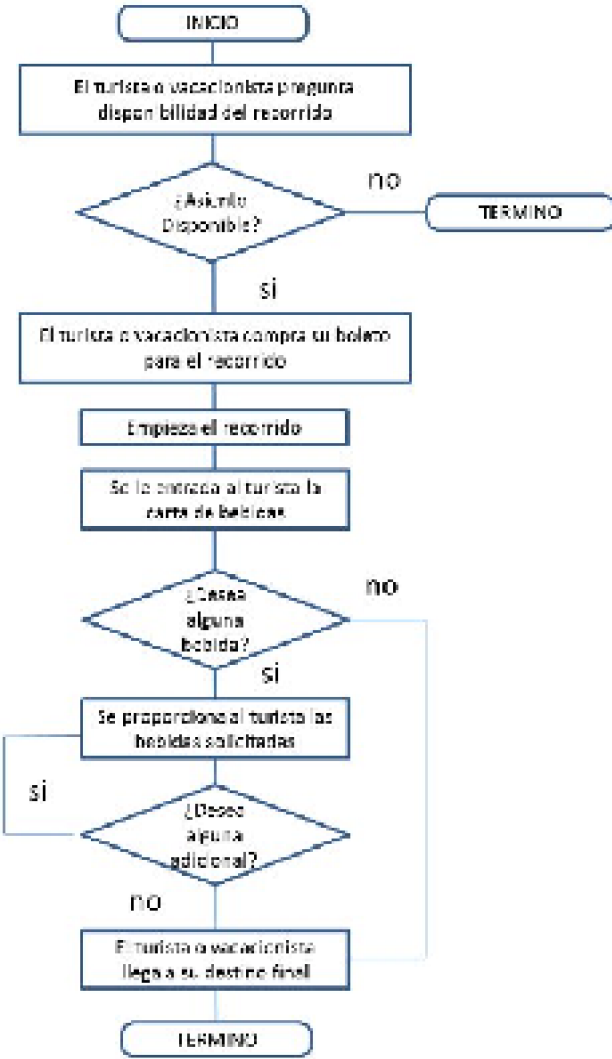
3.2.1 DESCRIPCION DE PROCESOS

3.2.1.1 Mapa de Procesos



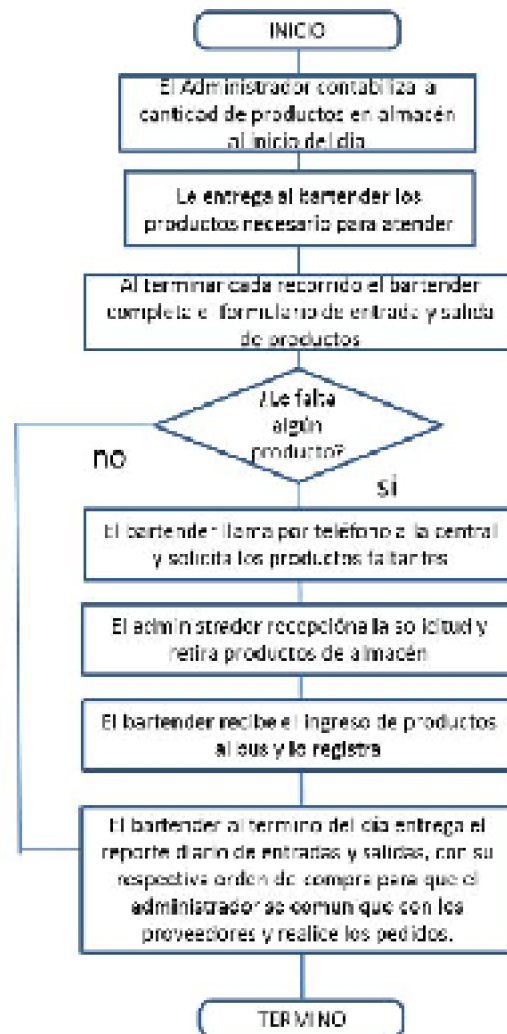
3.2.1.2 Proceso de Servicios

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD



3.2.1.3 Otros Procesos y/o Subprocesos:

3.2.1.3.1 De Control y Supervisión

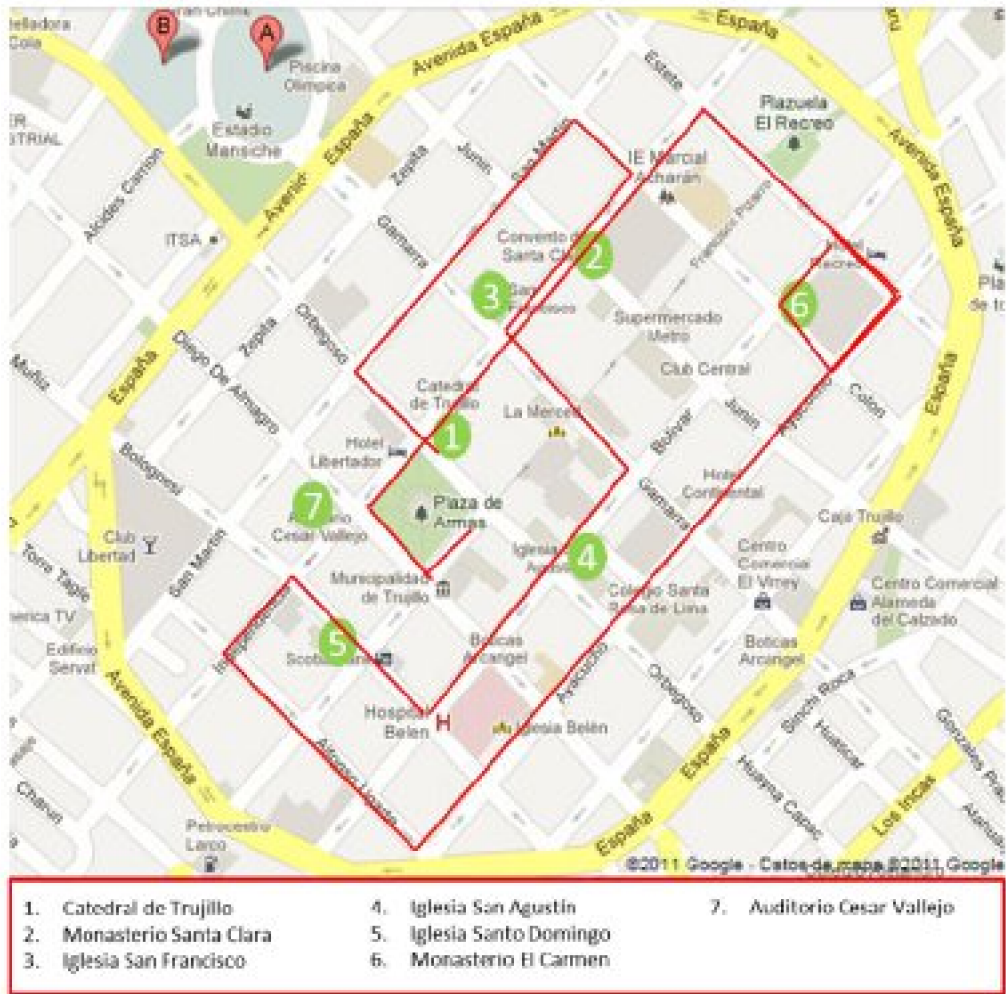


3.2.2 PRODUCCION Y CAPACIDAD

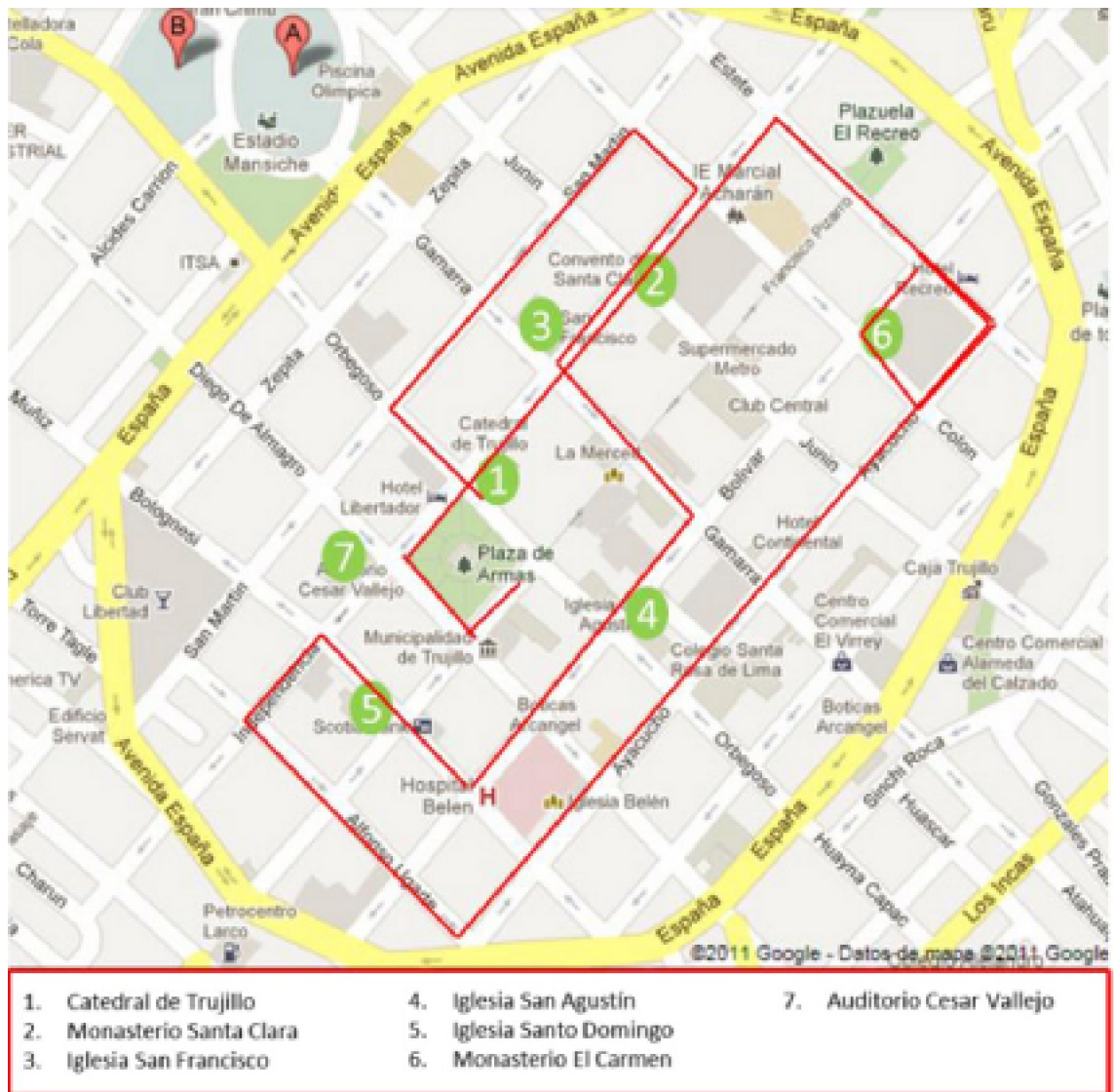
3.2.2.1 Tiempo de Ciclo

Para poder definir nuestro tiempo de ciclo primero detallamos nuestra ruta de recorrido en la cual se tendrán 7 estaciones, conformado por las principales Iglesias y Monasterios ubicadas en el centro histórico de la ciudad de Trujillo.

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD



Grafica N°5.Ruta de Recorrido Turístico

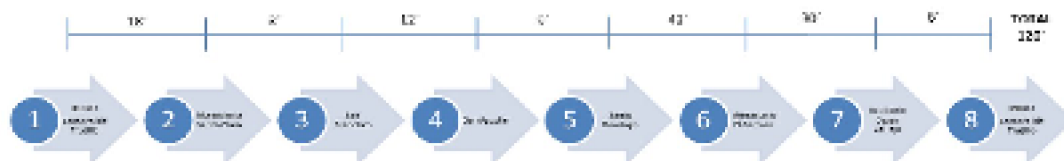


El tiempo que tardará el vehículo en recorrer las siete estaciones seleccionadas es de 120 minutos, teniendo en cuenta el tráfico y los semáforos ubicados en la ruta. El total de recorridos que se dará por día es de 3 salidas, lo que nos demandara 6 horas dejando libre 2 horas por día para poder ordenar, reponer, limpiar y guardar el vehículo.



Grafica N°6. Tiempo de Ciclo

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD



3.2.2.2. Posibles Cuellos de Botella

Después del análisis realizado se identificó que el cuello de botella que podría tener durante el recorrido el proyecto se debe a factores externos como por ejemplo: calles por donde pasa el vehículo se encuentren cerradas por mantenimiento, eventos, etc.

El plan de contingencia para hacerle frente a este cuello de botellas es utilizar rutas alternas que faciliten el paso fluido del vehículo y no retrase el recorrido.

3.2.2.3. Programa de Producción por Tipo de Producto

Debido a la naturaleza del proyecto, solo se tiene un tipo de producto que es el servicio de transporte turístico por el centro histórico de Trujillo. En seguida detallamos el programa de producción por año basándonos en el único producto.

Descripción		2012	2013	2014	2015	2016
Total		6,908	7,873	8,900	9,988	11,138
Servicio de paseo	100%	6,908	7,873	8,900	9,988	11,138

Elaboración Propia

Cuadro N°10. Programa de Producción por Tipo de Producto

Descripción		2012	2013	2014	2015	2016
Total		6,908	7,873	8,900	9,988	11,138
Servicio de paseo	100%	6,908	7,873	8,900	9,988	11,138

Elaboración Propia

3.2.2.4. Capacidad Máxima

El vehículo diseñado para el siguiente proyecto de recorridos turísticos tiene una capacidad máxima de 14 pasajeros por cada recorrido y solo hará tres al día. Teniendo en cuenta que un día de la semana será destinado para descanso del personal. El bus estará disponible para sus posibles clientes los 12 meses del año por lo que nos da una capacidad máxima para atender de 13,104 turistas al año.

Variable	Cantidad
Pasajeros por ruta	14
Pasajeros por dia (3rutas)	42
Mensual	1092
Anual	13,104
Capacidad Total	13,104

Elaboracion Propia

Cuadro N°11.Capacidad Máxima

3.2.2.5.Capacidad Normal

La capacidad normal se obtiene de deducirle al mercado objetivo el plan de participación del proyecto. Para el primer año se considera una participación del 65% ya que la empresa actualmente no tiene ningún competidor en el mercado. La participación durante el horizonte del proyecto tiene un crecimiento anual del 5% por lo que el último año de evaluación la participación del proyecto alcanzará el 85%.

Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Mercado Objetivo	10,628	11,247	11,866	12,485	13,104
Plan de Participación	65%	70%	75%	80%	85%
Capacidad Normal	6,908	7,873	8,900	9,988	11,138
Plan Comercial		13.97%	13.04%	12.22%	11.51%

Elaboración Propia

Cuadro N°12. Capacidad Normal

Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Mercado Objetivo	10,628	11,247	11,866	12,485	13,104
Plan de Participación	65%	70%	75%	80%	85%
Capacidad Normal	6,908	7,873	8,900	9,988	11,138
Plan Comercial		13.97%	13.04%	12.22%	11.51%

Elaboración Propia

3.2.2.6.Criterios y Porcentajes de Ocupabilidad

El porcentaje de ocupabilidad del proyecto se determina dividiendo la capacidad normal entre la capacidad máxima, el resultado del primer año es 53% lo que quiere decir que

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

tenemos capacidad disponible para expandirnos en un 47%. Para el quinto año de evaluación la ocupabilidad es del 85%, por lo que podemos concluir que un solo bus tiene la capacidad de atender nuestra capacidad normal durante el horizonte del proyecto.

Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Capacidad Normal	6,908	7,873	8,900	9,988	11,138
Capacidad Máxima	13,104	13,104	13,104	13,104	13,104
% de Ocupabilidad	53%	60%	68%	76%	85%

Elaboración Propia

Cuadro N°13. Porcentaje de Ocupabilidad

Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Capacidad Normal	6,908	7,873	8,900	9,988	11,138
Capacidad Máxima	13,104	13,104	13,104	13,104	13,104
% de Ocupabilidad	53%	60%	68%	76%	85%

Elaboración Propia

3.2.3 DESCRIPCION DE TECNOLOGIAS

3.1.1.1 Maquinaria y Equipo

AUXILIAR

a) Teléfono

- Inalámbrico
- Identificador de llamadas
- Casilla de Voz
- Altavoz



ZTE WP623N

b)Extintor

- Capacidad nominal 8kg.
- Peso con carga extintor 13.3kg
- Polvo Químico sexo ABC



c)Alarma y luces de emergencia

- Circuito fabricado con voltaje de entrada 220v o 110v.
- Batería de carga adicional.
- Reflectores de color blanco.



d) Botiquín

- Gasa Antiséptica.
- Rollo de venda.
- Rollo de cinta adhesiva.
- Tijeras para vendas.
- Aseptil Rojo
- Alcohol
- Alcohol Iodado
- Agua Oxigenada
- Termómetro
- Pastillas para el dolor, fiebre y quemaduras.



e) Kit de Herramientas

- Punta de destornillador de 1/4".
- Punta de destornillador de 3/6".
- Destornillador con punta -15 tipo estrella
- Destornillador con punta #1 Phillips y #0.
- Destornillador con punta ranura de 3/16" y 1/8"
- Maletín organizador.



OPERACIONALES

f) Congeladora

- Función dual: Congeladora y conservadora (hasta -24°C)
- Control de temperatura automático
- Descongelamiento Manual
- Controles Frontales
- Condensador dinámico; extrae el calor más rápido enfriando mejor dentro del gabinete.
- Alto: 85.4 cm
- Ancho: 119cm
- Profundidad: 64cm



g) Conservadora

- Panel electrónico digital.
- Deshielo automático.
- Puerta reversible.
- Consumo de energía: 27kwh/mes.
- Extra cool hasta 0°.
- Luz interior
- Dynamic Cooling
- Dispensador de latas
- Patas niveladoras
- Sistema de anticorrosión
- Peso aproximado: 57kg
- Alto: 170cm
- Ancho: 60cm
- Profundidad: 60cm



h) Frio bar

- Ice Twister
- Descongelamiento manual
- Cerradura con llave
- Acabado tipo acero inoxidable
- Alto: 49.2cm
- Ancho: 45cm
- Profundidad: 47.2cm



i) Cafetera

- Potencia de .460w
- Palanca mecánica con mando regulador para bebidas frías o calientes.
- Caldera de aluminio thermoblock
- Depósito de agua de 1,5lt.
- Alto: 33.2cm
- Ancho: 21.4cm
- Profundidad: 30.5cm
- Peso:3kg



j) Licuadora

- Jarra de vidrio de 1.75 litros.
- Material del vaso batidor: cristal
- Tres niveles de velocidad
- Cuchilla de acero inoxidable
- Desmontable
- Potencia:500w



PROCESAMIENTO DE DATOS

a) Computadora

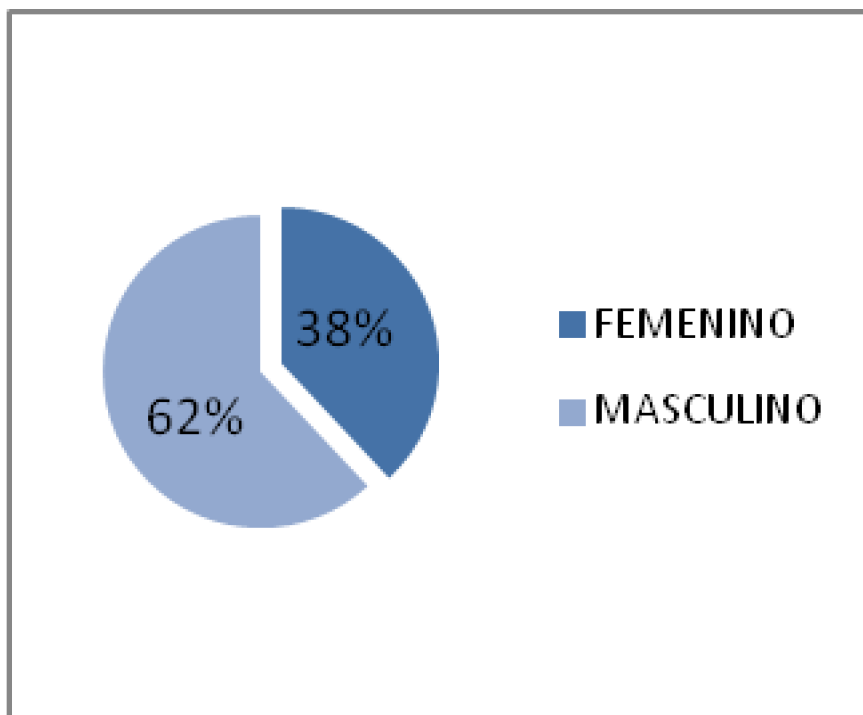
- All in one.
- Procesadora AMD Athlon II X2 260u de .8 GHZ
- Memoria RAM de 2GB.
- Disco Duro de 500GB.
- Pantalla LCD de 20" con resolución 1,600 x 900p
- Tarjeta gráfica ATI Radeon HD 4270
- Conexión USB.
- Lector de tarjetas 6 en 1.
- Soporte para WiFi.

- Cama web con micrófono integrado.



b)Laptop

- Procesador Intel Pentium T4500 de 2,3 GHZ.
- Memoria cache de 1MB.
- Memoria RAM de 2GB, expandible hasta 8GB.
- Disco Duro de 320 GB.
- Pantalla LED de 14”
- Soporte para HD.
- Tarjeta gráfica Nvidia GeoForce 315M de 512 MB.
- Conexión USB y HDMI.
- Cámara web con micrófono incorporado.



c) Impresora multifuncional

- Impresora, escáner, fax y fotocopiadora.
- Escáner de 48 bits y resolución de 1,200 x 2,400.

- Velocidad de impresión de 8,4 pmm (máxima)
- Resolución de 4,800 x 1,200 dpi (máxima)
- Para diversos tipos y tamaños de papel
- Conexión USB



d)Caja registradora virtual

- Resolución máxima 7.8 CPI.
- Dos fuentes.
- Tamaños de carácter (mm): 1.2 x 3.1mm, .6 x 3.1mm.
- Interfaz paralelo o serial.
- Conectividad cableada.
- Tamaño soporte: Rollo 7cm, Rollo 7.6cm y rollo 5.8cm.



e) Impresora Planillera

- Tamaño de soporte: A4
- Color blanco y Negro
- Numero de caracteres por segundo 337
- Tipo: Matricial



3.1.1.2 Mobiliario y Herramientas

- Juego de Muebles.
- Escritorio.
- Silla Giratoria.
- Mesa de Centro.
- Archivadores.
- Andamio.

3.1.1.3 Software y Similares

- Sistema Operativo Windows 7
- Microsoft Office 2010
- Avast – antivirus
- Nero 8
- WinRar
- Sistema Operativo RP.

A continuación se detalle el método de comparación de factores con la intención de asignarle un peso a cada factor a evaluar.

Método de Comparación de Factores - Taller de Producción y Oficina							
	Tamaño de Local	Seguridad	Vista a la calle	Cercanía proveedores	Costo	TOTAL	PESO
Tamaño de Local		0	1	0	0	1	10%
Seguridad	1		1	1	1	4	40%
Vista a la calle	0	0		1	0	1	10%
Cercanía de proveedores	1	0	0		0	1	10%
Costo	1	0	1	1		3	30%
						10	100%

Cuadro N°14. Micro – localización

Para evaluar las tres posibles ubicaciones de la oficina administrativa se utilizará la siguiente calificación:

- Bueno: 2 puntos
- Regular: 1 puntos
- Malo: 0 puntos

Factor	Peso	Pizarro Cuadra 3		Pizarro Cuadra 4		Bolivar Cuadra 5	
		Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Tamaño de Local	10%	1	0.1	2	0.2	2	0.2
Seguridad	40%	2	0.8	2	0.8	1	0.4
Vista a la calle	10%	2	0.2	0	0	2	0.2
Cercanía de proveedores	10%	2	0.2	0	0	2	0.2
Costo	30%	1	0.3	1	0.3	0	0
Elaboración: Propia			1.6		1.3		1

Factor	Peso	Pizarro Cuadra 3		Pizarro Cuadra 4		Bolivar Cuadra 5	
		Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Tamaño de Local	10%	1	0.1	2	0.2	2	0.2
Seguridad	40%	2	0.8	2	0.8	1	0.4
Vista a la calle	10%	2	0.2	0	0	2	0.2
Cercanía de proveedores	10%	2	0.2	0	0	2	0.2
Costo	30%	1	0.3	1	0.3	0	0
Elaboración: Propia			1.6		1.3		1

Después de realizar el análisis necesario para seleccionar la ubicación más apropiada para el proyecto se puede concluir que las oficinas administrativas estarán ubicadas en Jr. Pizarro Cuadra 3, en el distrito y provincia de Trujillo.

3.3.3. DESCRIPCION DE TERRENOS, INMEBLES E INSTALACION FIJAS

La empresa durante el horizonte de evaluación no va adquirir ningún terreno o inmueble por lo que optará por alquilar el inmueble en donde instalará las oficinas administrativas que estarán ubicadas en Jr. Pizarro cuadra 3 a 50 metros de la plaza de armas en donde estará ubicado el bus de transporte turístico. El inmueble es tipo departamento y tiene un área construida aproximada de 90m² (9.00 mts. de frente y 10.00 mts. de fondo). La distribución está comprendida por 3 oficinas, 1 sala de recepción, 1 sala de reuniones, 1 almacén y 1 cocina, no cuenta con garaje pero si con vigilancia las 24 horas del día. Las divisiones entre oficinas están diseñadas en drywall y la construcción de la edificación es de material noble con una antigüedad aproximada de construcción 40 años.

3.3.4. DISEÑO DE EDIFICACIONES E INSTALACIONES

Para poder reconocer de una manera adecuada la distribución del departamento que será utilizado como oficinas administrativas, hemos diseñado el siguiente diagrama:



CAPITULO IV: ESTUDIO LEGAL

4.1. FORMA SOCIETARIA

La empresa funcionara como persona jurídica de derecho privado, constituida por voluntad unipersonal; bajo la forma de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.). La responsabilidad de la empresa está limitada al patrimonio asignado en tal sentido el titular no responde con el patrimonio personal ante alguna obligación de la empresa, además el negocio no cuenta con ningún socio.

El procedimiento para constituir legalmente la empresa consta de siete pasos, que son los siguientes:

Búsqueda y reserva de nombre de la empresa en los Registros Públicos; al buscar 1. los nombre existentes, debemos asegurarnos de que estos no se parezcan ni suenen igual al que vamos a usar, debe haber un mínimo de 3 letras diferentes. Una vez confirmada la búsqueda y confirmado la disponibilidad del nombre debemos generar una reserva de la razón social siendo efectiva por in plazo de 30 días.

Elaboración de la minuta; esta es un documentos previo en el cual los integrantes de 2. la empresa manifiestan su voluntad y los acuerdos respectivos de constituir la empresa. Los elementos fundamentales de una minuta son:

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

Datos Generales; nombres, edad, documentos de identidad.

- Giro de la sociedad.
- Tipo de sociedad.
- Tiempo de duración.
- Fecha de inicio de actividades.
- Domicilio fiscal, agencia y sucursales si es que hubieran.
- Representante de la empresa.
- Aportes, pueden ser dinerarios o no dinerarios.
- Capital o patrimonio social.

Elevar la minuta a escritura pública; consiste en acudir a un notario público para que 1. revise y eleve la escritura pública, una vez elevada no se puede cambiar, el documento final se llama constitución social, que es documento que da fe de que la minuta es legal . Por lo general los documentos que debemos llevar junto con la minuta son:

- Minuta de constitución.
- Constancia de depósito del capital aportado en una cuenta bancaria a nombre de la empresa.
- Inventario detallado y valorizado de los bienes no dinerarios.
- Certificado de búsqueda mercantil emitido por la oficina de registros públicos de la inexistencia de la misma o similar razón social.

Elevar la escritura pública en los registros públicos; una vez obtenida la escritura 1. pública, debemos llevarla a las oficinas de registros públicos en donde realizaran los trámites necesarios para inscribir la empresa en los registros públicos. A partir de este paso la persona jurídica existe.

Obtención del número de RUC; es lo que identifica a una persona jurídica ante la 2. SUNAT para el pago de impuestos. Toda persona natural o jurídica está obligada a inscribirse en SUNAT de lo contrario serán sancionada de acuerdo con el código tributario.

Elegir el régimen tributario; en las oficinas de SUNAT, a la vez que tramitar el RUC 3. debes determinar a cual régimen tributario nos vamos a acoger para el pago de los impuestos, ya sea:

- Régimen Único Simplificado (RUS)
- Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER)
- Régimen General

Comprar y legalizar libros; se debe comprar los libros contables necesarios 1. dependiendo del régimen tributario al cual nos hayamos acogido y posteriormente acudimos a un notario público para que sean legalizados. Con respecto a las planillas debemos llevarla al Ministerio de transporte en donde las legalizan. Igualmente debemos registrar a los trabajadores en las oficinas de ESSALUD para que puedan acceder a sus servicios. Los documentos a presentar son:

- Fotocopia del RUC-.
- Planillas en blanco legalizadas
- Fotocopia del DNI del representante.
- Formulario para la inscripción de trabajadores de ESSALUD.

4.2 TASAS MUNICIPALES

4.2.1 LICENCIAS Y PERMISOS

4.2.1.1. Licencia de Funcionamiento

La Municipalidad Provincial de Trujillo es la encargada de autorizar la licencia de funcionamiento para este proyecto, dicho procedimiento tarda aproximadamente 5 días hábiles. Primero se debe tramitar de manera gratuita el reporte de zonificación y compatibilidad de uso de suelo conforme – certificado de zonificación que dará resultado que tipo de zona es el lugar en donde se ubicara la oficina de la empresa (zona industrial, zona comercial, zona residencial, etc.). Los documentos necesarios a presentar para la licencia de funcionamiento son:

- Fotocopia de la ficha RUC.
- Certificado de zonificación.
- Croquis de la ubicación de la empresa.
- Copia de contrato de alquiler o título de propiedad.
- Fotocopia de la escritura pública
- Formulario de solicitud.
- Vigencia de Poder del representante legal.
- Pago de derecho de formato de licencia Municipal (S/. 96.00 nuevos soles)

4.2.2 Anuncios Publicitarios

La Municipalidad Provincial de Trujillo es la encargada de autorizar la licencia de anuncios publicitarios, este permiso tiene una vigencia de un año lo que quiere decir que debe ser actualizada cada año. El monto a pagar va depender del tamaño y tipo de que el anuncio que se desea instalar. Los requisitos necesarios para poder obtenerla son los siguientes:

- Declaración jurada – gratuita
- Copia del DNI
- Copia de la Licencia de Funcionamiento
- Foto de la fachada del local
- Diseño del anuncio
- Pagos Correspondientes:
- Derecho de tramite (S/.86.00 nuevos soles)
- Publicidad, en función del tamaño del elemento publicitario.

Luego de presentar todos los requisitos y la Municipalidad aprueba el diseño y tamaño de la publicidad te genera una acotación para que sea cancelada en la ventanilla de pago del SATT (Servicios de Administración Tributaria de Trujillo).

4.3. LEGISLACION LABORAL

Para poder determinar el tipo de contrato laboral se debe tener como base legal dos principios:

- La libertad de contratar (Art. 2 Inc. 4 Constitución Política del Perú de 1993) y las normas que regulan los contratos (Título I, sección primera, Libro VII del Código Civil).
- La libertad contractual (Art. 1354 del Código Civil), que da la libertad de determinar el contenido de los contratos.

El ministerio de Trabajo, es el ente regular y supervisor del clima laboral por esa razón constantemente existirá una vinculación de documentos con la empresa, nos referíamos a planillas de sueldo y salarios, liquidaciones laborales, encuestas, etc.)

Las exigencias exigidas por Ley son

- Libros Laborales; planillas de sueldos.
- Publicación Interna; horarios de Trabajos, entradas y salidas del personas, cronograma de vacaciones.
- Entrega de Boletas de Pago; se debe detallar el nombre del empleados y del empleado, fecha de ingreso, puesto o cargo, resumen de horas extras, beneficios

sociales, etc.).

- Documentos formales que informes cualquier cambio laboral que la empresa requiera.

Si la empresa durante el ejercicio requiere que su personal se quede laborando más de ocho horas deberá en primera instancia consultarle si se podría quedar laborando horas extras ya que el sobretiempo es voluntario, nadie puede ser obligado o forzado a laborar excepto que sea consecuencia de un hecho fortuito.

Para poder calcular la liquidación del personal por sobretiempo se debe tener en cuenta que las dos primeras horas no podrá ser inferior al veinticinco por ciento (25.00%) por hora y treinta y cinco por ciento (35.00%) para las horas restantes.

4.4.LEGISLACION TRIBUTARIA

Para el siguiente proyecto se a considerado la siguiente legislación Tributaria:

- Impuesto general a las Vengas (IGV) – 18% de las ventas
- Impuesto a la Renta, según el régimen:
- Régimen General: Declaración Anual y pago del 30% sobre la utilidad neta.
- Régimen Especial: declaración mensual y pago mensual (2% del ingreso mensual neto)
- Contribuciones de ESSALUD – 9% del sueldo del trabajador.

4.5.OTROS ASPECTOS LEGALES

4.5.1.Registro de Marca

La marca es el objeto que nos va identificar en el mercado, el que se va a posicionar en la mente de los consumidores; por esa razón debemos protegerlo para que la competencia o una persona ajena no puedan copiarlo. La marca puede estar conformada por una o más palabras, imágenes, figuras, símbolos, cifras, envolturas o formas de presentación de los productos. Con el paso del tiempo y el posicionamiento sea cada vez más fuerte la marca pueda adquirir un valor monetario para el propietario. Esta protección se tramite en Indecopi y los pasos necesarios son los siguientes:

- Presentación de una solicitud de Búsqueda de antecedentes.
- Solicitar una búsqueda denominativa, también conocida como fonética que se

encarga se buscar palabras o letras similares.

- Solicitar una búsqueda Figurativa, que se encargará de buscar logos o dibujos registrados similares.
- Cuando Indecopi asegure que no se ha encontrado un nombre, lema o logo exactamente igual se solicita un registro de marca.

Los requisitos necesarios para solicitar un registro de marca en INDECOPI son los siguientes:

- Cinco reproducción de 5.00 x 5.00 cm del logo. A color si se desea registrar los colores si no a blanco y negro.
- Formato de solicitud correctamente llenado.
- Copia de la escritura pública de la constitución de la empresa.
- Vigencia de poder del representante legal.
- Adjuntar la constancia del pago por derecho de trámite. (14.86% de una UIT – S/. 534.99 nuevos soles)

Una vez completados los requisitos en el plazo establecido INDECOPI entregará al solicitante una orden de publicación, con lo cual se deberá acercarse a las oficinas del diario oficial El Peruano y solicitar su divulgación por única vez. El costo de esta divulgación debe ser asumida por el solicitante y el plazo máximo para realizarlo es de 30 días.

4.5.2.Regulación Sanitaria

Para el presente trabajo de debe tener en cuenta la ley general de salud N°26842, debido a que la persona que se designe a atender el Café – Bar va estar en contacto con las bebidas frías y caliente por esa razón se debe tener en cuenta la ley mencionado en la cual se determina que aspectos se debe tener en cuenta para manipular insumos y envases.

4.5.3.Regulación Ambiental

En el Perú todos los vehículos que se encuentren inscritos en el Registro de Propiedad Vehicular que circulan por las vías públicas terrestres a nivel nacional están obligados mediante la Ley N°29237 a pasar una inspección técnica vehicular que consiste en una inspección documentaria, visual y mecánica del vehículo luego se concluyen con 3 tipos de observaciones:

- Leves: no exige una inspección técnica vehicular por lo que se le entregará su certificado y su calcomanía oficial y dichas faltas observadas deberán ser subsanadas para la próxima inspección.
- Graves: son observaciones que ocasionan la desaprobación de la inspección,

teniendo un plazo máximo de (30) días calendario contabilizados desde la fecha en que se consigna en el informe de inspección técnica vehicular para subsanar dichas deficiencias.

- Muy graves: son observaciones que ocasionan la desaprobación de la inspección técnica vehicular, teniendo un plazo máximo de sesenta(60) días calendario contabilizados desde la fecha en que se consigan en el informe de inspección técnica vehicular para subsanar dichas deficiencias.

El usuario es libre de elegir a nivel nacional el centro de inspección técnico vehicular que desee. Los documentos necesarios que se deberán presentar para pasar las inspecciones técnicas vehiculares son los siguientes:

- Tarjeta de propiedad del vehículo o tarjeta de identificación vehicular.
- Certificado vigente del Seguro Obligatorio de accidente de tránsito (SOAT) o certificado contra accidente de tránsito (CAT).
- Autorizaciones y permisos especiales de circulación en el caso de vehículos especiales.
- Certificado de inspección vehicular anterior, salvo cuando se trate de la primera inspección técnica vehicular.
- Boucher de cancelación de derecho de trámite.

Por último la frecuencia y vigencia del certificado de inspección técnica vehicular, se detalla en el siguiente cuadro brindado por el Ministerio de Transporte.

Vehiculos	Frecuencia	Antigüedad del vehículo (1)	Vigencia del Certificado
Del servicio de transporte Urbano e	Semestral	A partir del 2do. Año	6 meses

Cuadro N°15.Regulación Ambiental

Vehiculos	Frecuencia	Antigüedad del vehículo (1)	Vigencia del Certificado
Del servicio de transporte Urbano e	Semestral	A partir del 2do. Año	6 meses

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

Incumbencia de personas en la Categoría B1			
Del servicio de transporte terrestre inspección, regular de personas, transporte turístico y transporte internacional de personas de la Categoría B1	Semestral	A partir del 2016	6 meses
Del servicio de transporte especial de personas de cualquier índole, tales como: escuela, hospitalares, religiosos y otros, así como estudiantes, vehículos de alquiler y conductores de información de la Categoría B1	Semestral	A partir del 2016	6 meses
Del servicio de transporte especial de personas en todos los niveles de la Categoría E1	Anual	A partir del 2016	12 meses
Particularmente para transporte de personas y/o animales de la Categoría E1, E2, E3	Anual	A partir del 2016	12 meses
Particularmente para transporte de personas	Anual	A partir del 2016	12 meses

Intercambio de personas de la Categoría M			
Del servicio de transporte terrestre internacional regular de personas, transporte turístico y transporte internacional de personas de la categoría M	Semestral	A partir del 2do año	6 meses
Del servicio de transporte especial de personas de cualquier hábitat, tales como: esquiador de alta montaña, alpinistas y helicópteros, así como ambulancias, vehículos de alquiler y variantes de instrucción de la Categoría M.	Semestral	A partir del 2do año	6 meses
Del servicio de transporte especial de personas en vehículos menores de la Categoría L.A	Anual	A partir del 2do año	12 meses
Particulares para transporte de personas por carretera de las Categorías L.3, L.4, L.5	Anual	A partir del 2do año	12 meses
Particulares para transporte de personas	Anual	A partir del 3er año	12 meses

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

de hasta nuevecientos incluido el de coordinador de la Categoría M1			
Particular de transporte de personal de más de nueve asientos, incluido el de coordinador de las Categorías M2 y M3	Anual	A partir del día nueve	12 meses
Para transporte de materiales de las Categorías M1 y M2	Anual	A partir del diez año	12 meses
A partir del día diez hasta el día veinte Para transporte de materiales de las	Anual	A partir del diez año	12 meses
Categorías M2, M3, M4 y M5, Semestral		A partir del tres año	6 meses
Semestral A partir del día veinte hasta el día treinta			6 meses
Para transporte de materiales y personal de las Categorías M3 y M4 Trimestral		A partir del tres año	6 meses

(D.L. cualquier del referido se como a por ende de la que se el de forma en la que se la
se como a por ende de la que se el de forma en la que se la

de hasta cinco años incluido el del conductor de la Categoría M1			
Particulares de transporte de personas de año de nuevo modelo, incluido el del conductor, de las Categorías M2 y M3.	Anual	A partir del 2do. año	12 meses
Para transporte de mercancías de las Categorías N1 y O1	Anual	A partir del 3er. año	12 meses
A partir del 2do. Año hasta el 4to. año Para transporte de mercancías de las Categorías N2, N3, O2 y O3. Semestral	Anual	A partir del 3er. año	12 meses
Semestral A partir del 1er. Año hasta el 2do. año			6 meses
Para transporte de materiales y residuos e móviles poligéneos de las Categorías N y O Trimestral		A partir del 1er. año	3 meses

(1) El costo, por el del rubro de transporte y por el de los seguros de accidentes, correspondiente a
Región de Pisco y de Trujillo de la Dirección Regional de Trujillo

4.5.4.Registro de los Vehículos

Para el siguiente proyecto es necesario modificar el registro de los vehículos en Registros Públicos para lo cual solicitan el certificado de fabricación y su respectiva factura de compra. Luego de modificada las especificaciones, medidas y peso de los vehículos en la tarjeta de propiedad se debe acudir a la Municipalidad Provincial de Trujillo para realizar la inscripción como vehículo de transporte turístico además de solicitar los permisos necesarios para poder circular únicamente dentro del centro histórico de la ciudad.

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

CAPITULO V: ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1.PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

5.1.1 Misión

Brindar a nuestros clientes una experiencia única en turismo, sobrepasando sus expectativas tanto en calidad, hospitalidad y seguridad.

5.1.2 Visión

En cinco años, lograr ser reconocidos y preferidos por los turistas, consolidándonos, como la mejor empresa de recorridos turísticos del norte del país.

5.1.3. Objetivos Estratégicos

5.1.3.1 Institucionales

- Ser una marca reconocida, prestigiosa y confiable.
- Contribuir a mejorar la calidad del servicio turístico en la ciudad de Trujillo.

5.1.3.2.De Marketing

- Determinar el tamaño del mercado potencial.
- Determinar las exigencias y necesidades del mercado.
- Crear y mantener alianzas estratégicas con agencias de viajes.
- Conseguir posicionar la marca entre las mejores del norte del país en el sector turismo en los primeros tres años de funcionamiento.

5.1.3.3.Operacionales

- Establecer y determinar procesos concretos para un óptimo funcionamiento.
- Establecer la ruta de recorrido y las paradas a lugares turísticos
- Establecer en tiempo mínimo y máximo de duración del recorrido turístico.
- Elaborar un proyecto de crecimiento con miras a instalar nuevas flotas en otras ciudades atractivas turísticamente en el norte del país.

5.1.3.4.Financieros

- Determinar los costos exactos.
- Determinar el total del plan de inversión.
- Determinar el monto de financiamiento y elegir la mejor alternativa financiera.
- Determinar la viabilidad económica del proyecto.

5.1.3.5.Recursos Humanos

- Seleccionar a personal capacitado y profesional.
- Establecer un plan de capacitación constante al personal.
- Mantener niveles altos de satisfacción del personal.

5.1.3.6.Sociales

- Ser una marca socialmente responsable, preocupada por el cuidado del medio ambiente.

-
- Ser una marca promotora a cuidar y mantener en óptimo estado nuestros atractivos y patrimonios culturales.

5.1.4.Análisis FODA

5.1.4.1.Fortalezas

- Ser pioneros en la modalidad de recorridos turísticos con café bar a bordo.
- Servicio de atención al cliente personalizada.
- Proveedores con prestigio local.
- Personal calificado.
- Infraestructura y tecnología adecuada.
- Precios accesibles para clientes nacionales y extranjeros.

5.1.4.2.Oportunidades

- Disponibilidad de materias primas.
- Mano de obra disponible.
- Cambio de imagen de nuestro país en el extranjero.
- Expansión a nuevos mercados en el norte del país.

5.1.4.3.Debilidades

- La demanda no siempre va a ser constante.
- Ser nuevos en el mercado, sin posicionamiento.
- Capacidad máxima limitada.
- No contamos con una zona de parqueo exclusiva.

5.1.4.4.Amenazas

- Existencia de competidores indirectos.
- Ingreso de competidores directos.
- Recesión económica.
- Cambio político ante nuevas elecciones locales y presidenciales.

5.1.5.Matriz EFE y EFI

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

Matriz de evaluación de los factores externos (EFE).

		OPORTUNIDADES				AMENAZAS				TOTAL	PESOS
		Disponibilidad de recursos humanos	Atención al cliente	Cambio de imagen de marca para el consumidor	Exposición de nuevos mercados en el norte del país	Existencia de oportunidades tecnológicas	Logros de competencias directas	Resistencia económica	Cambio político o cambios en las prioridades políticas y administrativas		
OPORTUNIDADES	Disponibilidad de recursos humanos	0	0	0	0	0	0	1	1	2	7.69%
	Atención al cliente	1	0	0	0	1	0	0	0	1	10.70%
	Cambio de imagen de marca para el consumidor	1	1	0	0	1	0	0	0	3	10.70%
	Exposición a nuevos mercados en el norte del país	1	0	1	0	1	1	0	0	4	14.29%
AMENAZAS	Existencia de oportunidades tecnológicas	1	0	0	0	0	0	0	0	1	3.57%
	Logros de competencias directas	1	1	1	0	1	0	0	0	4	14.29%
	Resistencia económica	0	1	1	1	1	1	0	0	5	17.86%
	Cambio político o cambios en las prioridades políticas y administrativas	0	1	1	0	1	1	1	0	5	17.86%
										22	100.00%

CAPITULO V: ESTUDIO ORGANIZACIONAL

		OCORTUMARCEI				AMORRERO				TOTAL	PROM
		Utopia de la vida de las cosas vivas.	Mundo de vida de la vida.	Carácter de la vida de la vida de la vida.	Esencia de la vida de la vida de la vida de la vida.	El mundo de la vida de la vida de la vida de la vida.	El mundo de la vida de la vida de la vida de la vida.	El mundo de la vida de la vida de la vida de la vida.	El mundo de la vida de la vida de la vida de la vida.		
OCORTUMARCEI	Utopia de la vida de las cosas vivas.		0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
	Mundo de vida de la vida.	1		0	0	1	0	0	0	1	10.71%
	Carácter de la vida de la vida de la vida.	1	1		0	1	0	0	0	3	28.57%
	Esencia de la vida de la vida de la vida de la vida.	1	0	1		1	1	0	0	4	38.57%
AMORRERO	El mundo de la vida de la vida de la vida de la vida.	1	0	0	0		0	0	0	1	9.71%
	El mundo de la vida de la vida de la vida de la vida.	1	1	1	0	1		0	0	4	38.57%
	El mundo de la vida de la vida de la vida de la vida.	0	1	1	1	1	1		0	5	47.62%
	El mundo de la vida de la vida de la vida de la vida.	0	1	1	1	1	1	1		6	57.14%
									28	300.00%	

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO	PESO	CALIFICACION	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES:			
Disponibilidad de materias primas.	0.071	2	0.1
Mano de obra disponible.	0.107	3	0.3
Cambio de imagen de nuestro país en el extranjero.	0.107	4	0.4
Expansión a nuevos mercados en el norte del país.	0.143	4	0.6
AMENAZAS:			
Existencia de competidores indirectos.	0.036	2	0.1
Ingreso de competidores directos.	0.143	4	0.6
Recesión económica.	0.179	3	0.5
Cambio político ante nuevas elecciones locales y presidenciales.	0.214	3	0.6
TOTAL			3.3

En donde:

- 1: Mala
- 2: Media
- 3: Superior a media
- 4: Superior

FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO	PESO	CALIFICACION	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES:			
Disponibilidad de materias primas.	0.071	2	0.1
Mano de obra disponible.	0.107	3	0.3
Cambio de imagen de nuestro país en el extranjero.	0.107	4	0.4
Expansión a nuevos mercados en el norte del país.	0.143	4	0.6
AMENAZAS:			
Existencia de competidores indirectos.	0.036	2	0.1
Ingreso de competidores directos.	0.143	4	0.6
Recesión económica.	0.179	3	0.5
Cambio político ante nuevas elecciones locales y presidenciales.	0.214	3	0.6
TOTAL			3.3

En donde:

- 1: Mala
- 2: Media
- 3: Superior a media
- 4: Superior

Esta matriz sirve para mostrar las oportunidades y amenazas externas de la empresa. Se le asigna un peso de acuerdo a la importancia que tienes cada una de ellas frente al óptimo funcionamiento de City Tours, cuando el total sobrepasa el promedio (3.3) quiere decir que las oportunidades pueden contrarrestar las amenazas del mercado.

Matriz de evaluación de los factores internos.

Esta matriz sirve para mostrar las fortalezas y debilidades internas de la empresa. Se le asigna un peso de acuerdo a la importancia que tiene cada una de las variables. El resultado obtenido sobrepasa el promedio, eso quiere decir que la empresa tiene que aprovechar las fortalezas que presenta para poder hacer frente a las posibles amenazas que podrían presentarse.

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

	Beneficios en el desarrollo de actividades turísticas en el sector de la ciudad	Oportunidades							Desventajas				Costo	Beneficio	
		Creación de empleos	Incremento de la actividad económica	Mejora de la infraestructura	Incremento de la oferta turística	Mejora de la imagen de la ciudad	Incremento de la actividad turística	Incremento de la actividad económica	Incremento de la actividad turística	Incremento de la actividad económica	Incremento de la actividad turística	Incremento de la actividad económica			
Oportunidades	Incremento de la actividad turística en el sector de la ciudad	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Creación de empleos	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Incremento de la actividad económica	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mejora de la infraestructura	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Incremento de la oferta turística	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mejora de la imagen de la ciudad	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
	Incremento de la actividad turística	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Desventajas	Incremento de la actividad turística en el sector de la ciudad	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	Creación de empleos	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
	Incremento de la actividad económica	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
	Mejora de la infraestructura	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Total															

	INDICADOR DE EFECTIVIDAD DE LA ORGANIZACIÓN	COMPETENCIAS					HABILIDADES					TOTAL	PUNTO		
		Conocimiento de la organización	Conocimiento de los procesos	Conocimiento de los recursos	Conocimiento de los clientes	Conocimiento de los proveedores	Conocimiento de los procesos	Conocimiento de los recursos	Conocimiento de los clientes	Conocimiento de los proveedores					
OPERATIVAS	Conocimiento de la organización	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	Conocimiento de los procesos	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	Conocimiento de los recursos	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	Conocimiento de los clientes	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	Conocimiento de los proveedores	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Conocimiento de los procesos	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
GERENCIALES	Conocimiento de la organización	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	Conocimiento de los procesos	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	Conocimiento de los recursos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Conocimiento de los clientes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO	PESO	CALIFICACION	PESO PONDERADO
FORTALEZAS:			
Ser pioneros en la modalidad de recorridos turísticos con café bar a bordo.	0.123	4	0.49
Servicio de atención al cliente personalizada.	0.088	3	0.26
Variedad de productos a bordo.	0.035	2	0.07
Proveedores con prestigio local.	0.053	2	0.11
Personal calificado.	0.070	3	0.21
Infraestructura y tecnología adecuada.	0.140	4	0.56
Precios accesibles para clientes nacionales y extranjeros.	0.123	3	0.37
DEBILIDADES:			
La demanda no siempre va a ser constante.	0.175	3	0.53
Ser nuevos en el mercado, sin posicionamiento.	0.070	2	0.14
Capacidad máxima limitada.	0.068	1	0.09
No contamos con una zona de parqueo exclusiva.	0.085	1	0.04
			2.86

En donde:

- 1: Mala
- 2: Media
- 3: Superior a media
- 4: Superior

FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO	PESO	CALIFICACION	PESO PONDERADO
FORTALEZAS:			
Ser pioneros en la modalidad de recorridos turísticos con café bar a bordo.	0.123	4	0.49
Servicio de atención al cliente personalizada.	0.088	3	0.26
Variedad de productos a bordo.	0.035	2	0.07
Proveedores con prestigio local.	0.053	2	0.11
Personal calificado.	0.070	3	0.21
Infraestructura y tecnología adecuada.	0.140	4	0.56
Precios accesibles para clientes nacionales y extranjeros.	0.123	3	0.37
DEBILIDADES:			
La demanda no siempre va a ser constante.	0.175	3	0.53
Ser nuevos en el mercado, sin posicionamiento.	0.070	2	0.14
Capacidad máxima limitada.	0.088	1	0.09
No contamos con una zona de parqueo exclusiva.	0.085	1	0.09
			2.86

En donde:

1: Mala

2: Media

3: Superior a media

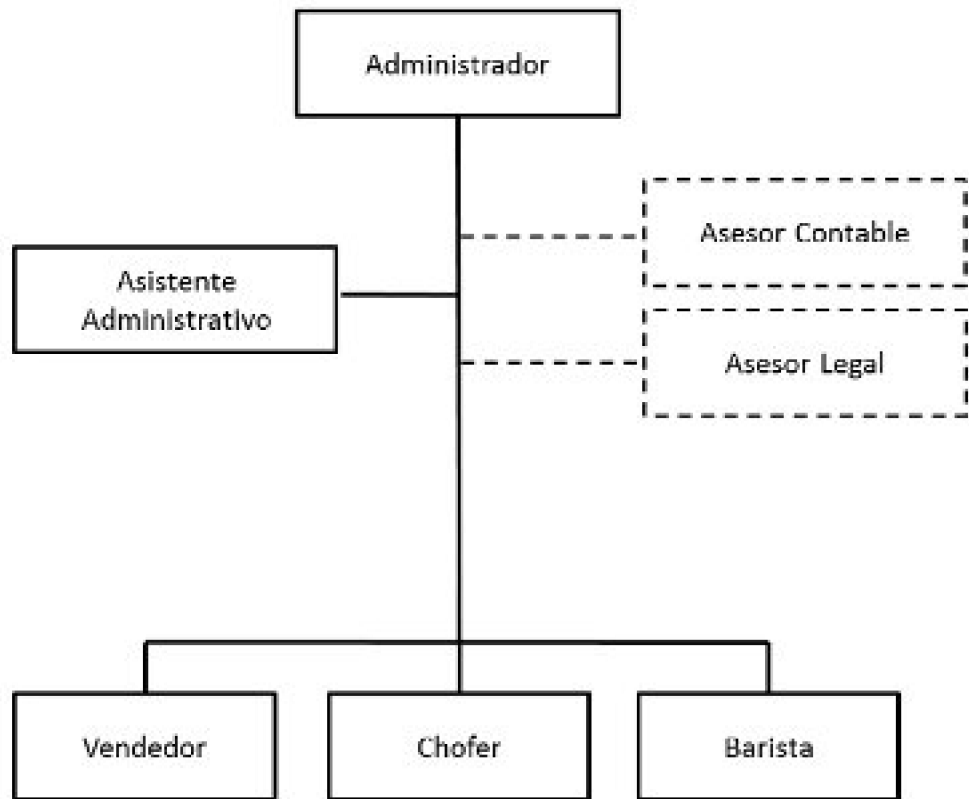
4: Superior

5.1.6. Estrategias de Entrada y Crecimiento

- Se tendrá en cuenta la difusión publicitaria como otra fuente de ingresos.
 - Conseguir convenios y alianzas comerciales con agencia de viajes nacionales e internacionales.
 - Se tendrá un número de espacios disponibles en la cochera municipal del centro histórico para poder cederla a nuestros clientes que vayan con vehículos con el fin de brindarle seguridad y personalización del servicio.
 - La ruta de nuestro recorrido se establecerá teniendo en cuenta los principales atractivos turísticos ubicados en el centro histórico.
 - Se buscare la diferenciación en el servicio de recorridos turísticos por eso durante el recorrido el cliente podrá tener disponible una barra con atención de bebidas alcohólica, no alcohólicas relacionados con nuestra cultura.

- Se publicara la marca en redes sociales con el fin de interactuar con nuestros clientes mediante, fotos, videos y comentarios.

5.1.7.Estructura Organizacional



Elaboración: propia

Vigencia: cinco años

ORGANIGRAMA: CITY TOURS

5.2.PLAN DE MERCADOTECNICA

5.2.1.Cualidad Intrínseca

El proyecto es un servicio no existente en la ciudad de Trujillo, se trata de un recorrido turístico por el centro histórico de la ciudad mediante un vehículo que tiene un café-bar a bordo.

El vehículo tiene una capacidad máxima de transportar 14 personas, cada usuario con su respectivo asiento los cuales son giratorios y regulables. La vista que ofrece el vehículo es panorámica y tiene una duración de dos horas.

En el café – bar podrán consumir bebidas calientes a base de café y bebidas frías a base de pisco y ron rubio.

5.2.2.Costo para el Cliente

El proyecto busca ofrecer el servicio al mercado con precios competitivos por eso teniendo como base la encuesta realizada se decidió fijar como precio por el recorrido turístico S/. 30.00 y por las bebidas no alcohólicas S/. 6.00 y por las alcohólicas S/. 10.00.

5.2.3.Conveniencia

El canal seleccionado para City Tours es el directo, directamente hasta el consumidor final, pero se busca tener alianzas estratégicas con hoteles, restaurantes, empresas de transporte de pasajeros y agencias de viaje.

5.2.4.Comunicación

City Tours busca posicionar la marca en la mente del consumidor, busca ser una experiencia única con sus clientes por esta razón los elementos publicitarios que se van a manejar son:

Stickers; con la finalidad que el turista lo pueda llevar de retorno sin tener ningún problema con el control de aeropuertos o terminales terrestres y lo pueda colocar en un lugar visible.

Dummies; se instalarán en los principales restaurants de la ciudad, empresas de transporte de pasajeros y agencias de viaje.

5.2.5.Posicionamiento

Utilizaremos un tag line que acompañe a la identidad corporativa de la empresa, que relacione el servicio único que damos con la marca y sobretodo con la ciudad.

Tag Line: “Conoce Trujillo de otra manera”.

5.3.EQUIPO DE TRABAJO

Los puestos han sido asignados según las funciones necesaria que se deben desempeñar dentro de la empresa para su óptimo funcionamiento, y son los siguientes:

PUESTO	CANTIDAD
Administrador	1
Asistente Administrativo	1
Vendedor	1
Chofer	1
Barista	1
Asesor Contable	1
Asesor Legal	1
TOTAL	7

Cuadro N°16.Equipo de Trabajo

5.3.1.Descripción de Posiciones

CARGO	PERFIL
ADMINISTRADOR	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Titulado(a) de la carrera de administración de empresas, con especialización en finanzas. ▪ Nivel intermedio de Ingles. ▪ Manejo de Microsoft Office profesional a nivel avanzado. ▪ Tres años de experiencia en cargos administrativos. ▪ Capacidad para trabajar bajo presión. ▪ Capacidad para trabajar en equipo.
ASISTENTE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Egresado(a) de la carrera de administración de

Cuadro N°17.Descripción de Posiciones

ADMINISTRATIVO	<ul style="list-style-type: none"> empresas, comercio, industria, industrial o centros similares ▪ Nivel intermedio de Ingles. ▪ Manejo de Microsoft Office profesional a nivel avanzado. ▪ Especialización en un área a un año en cargos de supervisión, control o administrativos. ▪ Manejo intermedio de reuniones, reportaciones y procesos en el área de servicios. ▪ Capacidad para trabajar en equipo. ▪ Capacidad para trabajar bajo la modalidad de objetivos y metas. ▪ Solidos conocimientos de gestión por indicadores ▪ Capacidad para trabajar bajo presión.
VENDEDOR (RA)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estudios técnicos en Marketing o administración concluidos. ▪ Especialización en un área de un año en ventas. ▪ Nivel intermedio de inglés. ▪ Comunicación eficaz. ▪ Capacidad para trabajar en equipo. ▪ Excelente trato.
TRUJADERO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicación eficaz. ▪ Capacidad para trabajar en equipo. ▪ Excelente trato.
BAJISTA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Brevete A2 o A3 vigente ▪ Estudios técnicos de barrendero profesional concluidos. ▪ Certificación de barrendero profesional. ▪ Dominio de idiomas nacionales e internacionales. ▪ Nivel avanzado de inglés. ▪ Conocimientos básicos en manejo de inventarios y repuestos. ▪ Manejo de Microsoft Office profesional a nivel

	intermedio.
CONTADOR	<ul style="list-style-type: none">▪ Titulado(a) de la carrera profesional de contabilidad y finanzas.▪ Manejo de Microsoft Office profesional y hojas de cálculo a nivel avanzado.▪ Experiencia laboral mínima de 5 años en asesoría a empresas en el área de contabilidad.▪ Nivel avanzado en análisis e interpretación de estados y ratios financieros.
ABOGADO	<ul style="list-style-type: none">▪ Titulado(a) de la carrera profesional de derecho y ciencia políticas.▪ Experiencia laboral mínima de 5 años en asesoría a empresas en el área legal.

5.3.2. Manual de Organización y Funciones

5.3.2.1. Administrador

Tareas

- Elaborar informes mensuales.
- Aprobar el presupuesto mensual.
- Elaborar el programa de pago a proveedores.
- Autorizar la compra de materiales.
- Realizar y programar el pago de impuestos.
- Estimular un ambiente óptimo de desarrollo y el trabajo en equipo en la empresa.
- Supervisar las actividades de la empresa.
- Resolver conflictos.

Funciones

- Representante legal de la empresa.
- Evaluar los resultados de la empresa.
- Aprobar los estados financieros, proyecciones y presupuestos presentados por el contador (a).
- Asignar tareas y responsabilidades a cada trabajador.

- Seleccionar y evaluar al personal.
- Manejo de la imagen institucional y marketing de la empresa.

Responsabilidades

- La optima marcha del negocio.
- Hacer que los trabajadores cumplan y respeten las políticas de la empresa.
- No exceder los presupuestos asignados.
- Pago oportuno de obligaciones tributarias y comerciales.

5.3.2.2.Asistente Administrativo

Tareas

- Elaborar presupuestos mensuales.
- Recepcionar facturas de compra.
- Atender las llamadas telefónicas de la empresa.
- Entrega de cheques a proveedores.
- Recibir el dinero diario por ventas.

Funciones

- Controlar entradas y salidas de materiales.
- Manejo de la cartera de proveedores.
- Supervisar las actividades operacionales de la empresa

Responsabilidades

- Mantener vigentes los permisos de transportes y municipales.
- Manejo de caja chica.
- Manejo del almacén.
- Mantenimiento del vehículo.

5.3.2.3.Vendedor (a)

Tareas

- Atender las reservas.
- Presupuestar campañas de marketing.
- Manejo y programación de la disponibilidad del bus.
- Realizar proyecciones de ingresos.
- Manejo del libro de reclamaciones y buzón de sugerencias.

Funciones

- Atender al público y dar información.
- Manejo de la cartera de clientes.

Responsabilidades

- Manejo óptimo de la agenda de reservas.
- Nivel de ventas.
- Nivel de satisfacción de los clientes con el servicio.

5.3.2.4. Chofer

Tareas

- Elaborar un informe mensual sobre el estado del vehículo.
- Elaborar un reporte diario sobre los ingresos.
- Comunicar la renovación de documentos de tránsito a tiempo.

Funciones

- Movilizar a los pasajeros según la ruta asignada respetando la seguridad, comodidad y calidad establecida por la empresa.
- Asistir a los pasajeros.
- Avisar a los turistas sobre la próxima parada.
- Cobrar la tarifa acordada a cada pasajero.

Responsabilidades

- No incurrir en infracciones de tránsito.
- Optimo estado del ómnibus.
- Justificar los ingresos del día.
- Optimo estado de los equipos y herramientas asignadas al área.

5.3.2.5. Barista

Tareas

- Llenar el kardex de entradas y salidas de insumos.
- Realizar un informe diario de las ventas según producto.
- Solicitar los insumos faltantes mediante órdenes de compra.
- Evitar cuellos de botella en el proceso de atención al cliente.

Funciones

- Preparar lo solicitado por los clientes, que se encuentre dentro de la carta de la empresa.
- Mantener ordenada y limpia el área de trabajo.

Responsabilidades

- Atención de los pedidos con rapidez.
- Control de calidad de los alimentos y bebidas preparadas.
- Mantener ordenada y desinfectada el área de trabajo.
- Optimo estado de los equipos y herramientas asignadas al área.

5.3.2.6. Contador

Tareas

- Elaborar los estados financieros.
- Elaborar los ratios financieros necesarios para la toma de decisiones.
- Calcular y proyectar el pago de impuestos.

Funciones

- Realizar las operaciones tributarias establecidas por ley según el rubro de la empresa.
- Asesor al gerente en operaciones bancarias y financieras de la empresa.

Responsabilidades

- Respetar las leyes y actuar con integridad.
- Actualización de libros contables
- Reserva de la información contable a personas externas o ajenas.
- Estar al día en las obligaciones tributarias.

5.3.2.7. Abogado

Tareas

- Tramitar los permisos y licencias necesarias para la empresa.
- Redactar los contratos de trabajo para cada colaborador.
- Redactar los convenios estratégicos con las agencias de viaje.

Funciones

- Asesorar en todo aspecto legal al gerente de la empresa.

Responsabilidades

- Actualización de convenios, licencias y contratos de la empresa según lo establecido por ley.

5.3.3. Proceso de Reclutamiento y Selección

El reclutamiento de personal inicia con la definición del perfil necesario para el cargo disponible dentro de la empresa. Una vez definido el perfil se inicia la fase de convocatoria de personal mediante la bolsa de trabajo de las principales instituciones educativas como universidades e institutos especializados mediante una carta formal especificando el requerimiento necesario o mediante su página web, otra modalidad de reclutamiento es la de anuncio en la sección de clasificados en el diario La Industria. Luego de recibir los currículos de los postulantes se realizan los siguientes pasos:

Evaluación: en este proceso se seleccionan a los tres mejores postulantes teniendo en cuenta que encaje en el perfil del puesto solicitante. 1.

Prueba de conocimientos: este proceso solo lo realizarán las personas que postulen para los puestos de bartender y chofer, se les citará a un día y hora específicos. Se le realizará una evaluación práctica con simulación real para conocer cómo se desenvuelven con sus compañeros de trabajo además de sus capacidades y competencias. 2.

Entrevista personal: Esta entrevista la realizará el administrador en la oficina de la empresa, se desarrolla una serie de preguntas para conocer a fondo al postulante y llegar a conocer sus expectativas profesionales y económicas en el cargo que desea obtener. Cuando se encuentra a la persona indicada para el cargo se lleva a cabo la contratación por un periodo de prueba para luego ser contratado por el periodo de un año y será incorporado a la planilla de la empresa. 3.

5.3.4. Plan de Desarrollo del Personal y Monitoreo

Luego que la empresa contrate al personal necesario para iniciar las operaciones de la empresa, invertirá dos mil nuevos soles (S/. 2,000.00) anuales en mejorar los conocimientos de los mismos. En especial del barista y el Chofer; referente al barista se invertirá en capacitaciones de creación de bebidas, técnicas de preparación y atención al cliente y referente al chofer cursos de seguridad vial, mecánica básica y normas de circulación.

5.3.5. Política Salarial y Fijación de Sueldos

La política salarial es acorde a la legislación actual del país para el sector privado, para el

rubro de servicios. La empresa respetará el sueldo promedio de mercado y el sueldo mínimo vital establecido por ley. Teniendo en cuenta lo expuesto, la jornada de trabajo tanto para el área administrativa como operativa será de 8 horas al día, iniciando a las 8:00am a 12:30 pm teniendo un lapso de 2 horas y media para refrigerio, reactivando la atención a las 3:00pm hasta las 6:30pm. Los colaboradores recibirán su gratificación de Fiestas Patrias y Navidad y por ultimo sus vacaciones después de haber cumplido el año laboral. Además la mayoría de nuestro equipo de trabajo será inscrito dentro de la planilla de la empresa para que pueda gozar de todos sus beneficios sociales con excepción del área de asesoría legal y contable que será externa y manejada mediante recibos por honorarios profesionales.

La fijación de sueldos para los trabajadores será de acuerdo al nivel jerárquico y los sueldos se abonarán mediante un depósito en una cuenta bancaria a nombre del trabajador titular de manera quincenal. Los contratos de trabajo se manejaran se la siguiente manera:

PUESTO	FORMA DE CONTRATACION
Administrador	Planilla a plazo indeterminado
Jefe de Operaciones	Planilla a plazo fijo
Vendedor	Planilla a plazo fijo
Chofer	Planilla a plazo fijo
Barista	Planilla a plazo fijo
Asesor Contable	Sub - Contratados
Asesor Legal	Sub - Contratados

Cuadro N°18. Forma de Contratación

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

CAPITULO VI: Estudio de Costos

6.1.INVERSIONES

6.1.1Inversiones en Activo Fijo

En el presente cuadro se puede apreciar que la mayor de la inversión requerida para activo fijo recae en la categoría de vehículos, es decir en el bus en donde se realizara el recorrido turístico, con una inversión total de setenta y cuatro mil ochocientos y 83/100 nuevos soles (S/. 63,389.83).

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

CONCEPTO	Inversión			Depreciación/Amortización			
	Cantidad	Precio	Total	Vida Útil	Tasa	Valor	Valor
ACTIVO FIJO			79,284.14			15,566.64	1,458.83
Vehículos			63,389.83			12,877.97	(0.00)
Auto	1	63,389.83	63,389.83	5	20%	12,877.97	(0.00)
Equipos			6,308.99			1,281.38	-
Asiento							
Teléfono	3	70.00	210.00	5	20%	85.00	-
Escritor	2	180.00	360.00	5	20%	84.00	-
Alfombra	1	280.00	280.00	5	20%	50.00	-
Balque	2	35.00	70.00	5	20%	14.00	-
Kit de Herramientas	1	145.00	145.00	5	20%	29.00	-
Operacionales			-	10	10%	-	-
Compañero	1	1,387.46	1,387.46	5	20%	279.49	-
Conservadora	1	1,999.15	1,999.15	5	20%	399.83	-
Printer	1	587.37	587.37	5	20%	118.47	-
Cafetera	1	300.51	300.51	5	20%	60.10	-
Vitrinas	2	487.20	974.41	5	20%	193.86	-
Equipos de Procesamiento de Datos			6,606.66			1,307.11	(0.00)
Computadora	1	1,894.07	1,894.07	5	20%	378.81	(0.00)
Laptop	1	1,355.00	1,355.00	5	20%	271.02	-
Impresora Multifuncional	1	266.40	266.40	5	20%	53.28	-
Caja Registradora Virtual	1	2,282.00	2,282.00	5	20%	456.40	-
Impresora Planifera	1	1,069.00	1,069.00	5	20%	213.80	-
Mobiliario			2,301.85			290.19	1,458.83
Juego de Mesitas	1	507.63	507.63	10	10%	50.76	253.81
Escritorio	2	188.84	377.29	10	10%	37.73	188.84
Silla giratoria	2	73.30	146.60	10	10%	14.66	73.30
Mesa de centro	1	677.12	677.12	10	10%	67.71	338.59
Archivadores	2	296.61	593.22	10	10%	59.32	296.61
Antemios	2	320.00	640.00	10	10%	64.00	320.00
INTANGIBLES			4,220.45			844.09	(0.00)
DERECHOS Y OTROS			4,220.45			844.09	(0.00)
Estudio de Pre-Factibilidad	1	1,069.32	1,069.32	5	20%	213.86	-
Constitución y Organización de Empresa	1	1,488.20	1,488.20	5	20%	297.64	-
Constitución de Empresa		703.85					-
Licencias Municipales		313.35					-
Anuncios Publicitarios		286.00					-
Libros de Contabilidad		75.00					-
Software - Página Web	1	1,016.85	1,016.85	5	20%	203.38	-
Reclutamiento de Personal	1	-	-	5	20%	-	-
Remodelación del Local	1	509.22	509.22	5	20%	101.84	-
Imprevistos 2%	2%	82.75	82.75	5	20%	16.55	(0.00)
TOTAL ACTIVOS FIJOS	Inversión	79,284.14	Depreciación			15,566.64	Valor Residual 1,458.83
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES	Inversión	4,220.45	Amortización			844.09	Valor Residual 0.00

Cuadro N°19. Inversiones de Activo Fijo

CONCEPTO	Inversión			Depreciación/Amortización			
	Cantidad	Precio	Total	Vida útil	Tasa	Valor	Valor
ACTIVO FIJO			79.284.14			15568.8417	1.450.93
Vehículos			63.369.83			12.677.87	(0.00)
Bus	1	63,369.83	63,369.83	5	20%	12,677.87	(0.00)
Equipos			8.306.98			1.281.38	-
Auxiliar							
Telefono	3	76.00	228.00	5	20%	45.60	-
Exterior	2	160.00	320.00	5	20%	64.00	-
Alarma	1	290.00	290.00	5	20%	58.00	-
Bañuín	2	35.00	70.00	5	20%	14.00	-
Kit de Herramientas	1	115.00	115.00	5	20%	23.00	-
Operacionales			-	10	10%	-	-
Conservadora	1	1,397.46	1,397.46	5	20%	279.49	-
Conservadora	1	1,999.15	1,999.15	5	20%	399.83	-
Franja	1	592.37	592.37	5	20%	118.47	-
Cafetera	1	330.51	330.51	5	20%	66.10	-
Uso de agua	2	482.20	964.41	5	20%	192.88	-
Equipos de Procesamiento de Datos			6,685.65			1,337.11	(0.00)
Computadora	1	1,694.07	1,694.07	5	20%	338.81	(0.00)
Laptop	1	1,355.08	1,355.08	5	20%	271.02	-
Impresora Multifuncional	1	256.40	256.40	5	20%	51.28	-
Caja Registradora Virtual	1	2,280.00	2,280.00	5	20%	456.00	-
Impresora Hardware	1	1,099.00	1,099.00	5	20%	219.80	-
Mobiliario			2,301.85			230.19	1,460.83
Juego de Muebles	1	507.63	507.63	10	10%	50.76	253.87
Escritorio	2	168.64	337.29	10	10%	33.73	168.64
Silla giratoria	2	71.30	142.60	10	10%	14.26	71.30
Mesa de centro	1	677.12	677.12	10	10%	67.71	338.66
Armarios	2	286.61	573.22	10	10%	57.32	286.61
Andamios	2	320.00	640.00	10	10%	64.00	320.00
INTANGIBLES			4,220.46			844.09	(0.00)
DERECHOS Y OTROS			4,220.46			844.09	(0.00)
Estudio de Pre-Factibilidad	1	1,059.82	1,059.82	5	20%	211.96	-
Constitución y Organización de Empresa	1	1,468.20	1,468.20	5	20%	293.64	-
Constitución de Empresa		783.85					-
Licencias Municipales		313.35					-
Anuncios Publicitarios		290.00					-
Libros de Contabilidad		75.00					-
Software - Página Web	1	1,016.95	1,016.95	5	20%	203.39	-
Reclutamiento de Personal	1	-	-	5	20%	-	-
Remodelación del Local	1	593.22	593.22	5	20%	118.64	-
Impuestos 2%	2%	82.75	82.75	5	20%	16.55	(0.00)
TOTAL ACTIVOS FIJOS	<i>Inversión</i>	79,284.14	<i>Depreciación</i>			15,568.84	<i>Saldo Resulta</i> 1,450.93
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES	<i>Inversión</i>	4,220.46	<i>Amortización</i>			844.09	<i>Saldo Resulta</i> 0.00

6.1.2. Inversiones en Activo Intangible

En el presente cuadro se puede apreciar la inversión requerida para activo intangible y se muestra como monto de mayor inversión al rubro de constitución y organización de la empresa, con un monto de inversión total de mil cuatrocientos sesenta y ocho y 20/100 nuevos soles (S/. 1,468.20). Dentro de este rubro se ha considerado los libros contables requeridos, licencia de anuncios publicitarios para la exposición del logo en la fachada del local, licencia de funcionamiento municipal de la oficina administrativa y la constitución formal de la empresa.

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

INTANGIBLES			4,220.45			844.09	(0.00)
DERECHOS Y OTROS			4,220.45			844.09	(0.00)
Estudio de Pre-Factibilidad	1	1,069.32	1,069.32	5	20%	211.86	-
Constitución y Organización de Empresa	1	1,468.20	1,468.20	5	20%	293.64	-
Constitución de Empresa		783.85				-	-
Licencias Municipales		313.35				-	-
Anuncios Publicitarios		290.00				-	-
Libros de Contabilidad		75.00				-	-
Software - Página Web	1	1,016.95	1,016.95	5	20%	203.39	-
Reclutamiento de Personal	1	-	-	5	20%	-	-
Remodelación del Local	1	593.22	593.22	5	20%	118.64	-
Imprestos 2%	2%	82.75	82.75	5	20%	16.56	(0.00)

Cuadro N°20. Inversiones de Activo Intangible

INTANGIBLES			4,220.45			844.09	(0.00)
DERECHOS Y OTROS			4,220.45			844.09	(0.00)
Estudio de Pre-Factibilidad	1	1,069.32	1,069.32	5	20%	211.86	-
Constitución y Organización de Empresa	1	1,468.20	1,468.20	5	20%	293.64	-
Constitución de Empresa		783.85				-	-
Licencias Municipales		313.35				-	-
Anuncios Publicitarios		290.00				-	-
Libros de Contabilidad		75.00				-	-
Software - Página Web	1	1,016.95	1,016.95	5	20%	203.39	-
Reclutamiento de Personal	1	-	-	5	20%	-	-
Remodelación del Local	1	593.22	593.22	5	20%	118.64	-
Imprestos 2%	2%	82.75	82.75	5	20%	16.56	(0.00)

6.1.3. Inversión en Capital de Trabajo

La inversión y reinversión del capital del trabajo es el recurso económico destinado para las actividades iniciales y permanentes del negocio durante el horizonte temporal de

evaluación, teniendo en cuenta para esta proyecto un horizonte de cinco años. En el presente cuadro se puede apreciar la distribución de la inversión y reinversión de capital de trabajo El factor de desfase para el siguiente proyecto es de tres meses de operaciones, considerando que el cien por ciento (100%) de las ventas es al contado.

Concepto	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Costos de Producción		121,480.33	129,121.80	142,808.71	155,544.89	170,751.86
Gastos Administrativos		59,264.92	61,382.72	64,171.45	64,171.45	67,099.62
Gastos de Ventas		5,152.54	5,152.54	5,152.54	5,152.54	5,152.54
Total de Costos y Gastos		185,897.80	195,657.06	212,132.70	224,868.88	243,003.82
Variaciones del Capital de Trabajo	185,808	9,759.28	16,475.64	12,735.98	18,135.13	
Factor de Desfase	3/12					
TOTAL SIN IG V	46,474.45	2,439.81	4,118.91	3,184.00	4,533.78	0.00
Costos de Producción		137,349.19	146,366.12	162,216.79	177,245.26	194,874.60
Gastos Administrativos		59,890.86	62,372.38	65,181.11	65,181.11	68,089.28
Gastos de Ventas		6,090.00	6,090.00	6,090.00	6,090.00	6,090.00
Total de Costos y Gastos		203,310.05	214,818.50	233,487.91	248,486.37	269,043.88
Variaciones del Capital de Trabajo	203,310.05	11,508.45	18,639.41	15,028.46	20,557.51	
Factor de Desfase	3/12					
TOTAL CON IG V	59,827.51	2,877.11	4,859.85	3,757.12	5,139.38	0.00

Cuadro N°21. Inversiones de capital de trabajo

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

Concepto	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Costos de Producción		121,490.33	129,121.90	142,809.71	166,644.69	170,761.69
Gastos Administrativos		59,284.62	61,392.72	64,171.46	64,171.46	67,099.62
Costos de Ventas		5,152.54	5,152.54	5,152.54	5,152.54	5,152.54
Total de Costos y Gastos		185,897.80	195,657.08	212,132.70	234,868.68	243,003.82
Variaciones del Capital de Trabajo	105,930	9,759.26	18,475.84	12,735.90	10,135.13	
Factor de Desfase	3/12					
TOTAL SIN IGV	46,474.45	2,439.01	4,110.91	3,104.00	4,533.78	0.00
Costos de Producción		137,349.19	146,396.12	162,216.79	177,246.20	194,874.00
Gastos Administrativos		59,880.68	62,372.38	65,161.11	65,161.11	68,099.28
Gastos de Ventas		6,090.00	6,090.00	6,090.00	6,090.00	6,090.00
Total de Costos y Gastos		203,310.05	214,818.50	233,457.91	248,486.37	269,043.68
Variaciones del Capital de Trabajo	203,310.05	11,509.46	18,639.41	16,039.46	20,667.61	
Factor de Desfase	3/12					
TOTAL CON IGV	50,827.51	2,877.11	4,659.85	3,757.12	5,139.38	0.00

6.2.COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS

6.2.1.Materia Prima Directa

En el presente cuadro se detalla la cantidad y el costo de los materiales a utilizar para poder brindar el servicio de recorrido turístico por el centro histórico de la ciudad. Hemos considerado cinco materiales, en seguida los detallamos.

- Batería: se ha considerado el cambio de la misma cada dos meses.
- Mantenimiento: Por política de la empresa se va a realizar un mantenimiento al

vehículo cada dos meses.

- Llantas: Por seguridad de los pasajeros se ha considerado el cambio de los cuatro neumáticos del vehículo cada tres meses.
- Lubricantes: se ha considerado un cambio cada mes y cada cambio es equivalente a cuatro galones de aceite.
- Combustible: es proporcional al recorrido en kilómetros teniendo como factor el precio del galón de combustible.

Para poder obtener el costo por pasajero se ha dividido el total de materia prima directa entre el número máximo de pasajeros que pueden subir al vehículo, que en este caso es de 14 pasajeros.

Producto	Materiales	Cantidad	Costo	Costo x pasajero
Servicio de paseo	COMBUSTIBLE	1	5.45	5.83
	LUBRICANTES	4	1.85	
	LLANTAS	4	10.21	
	MANTENIMIENTO	6	4.26	
	BATERIA	6	2.86	
TOTAL			96.39	

Cuadro N°22.Materia Prima Directa

6.2.2.Mano de Obra

A continuación se presente el cuadro en donde se muestra la mano de obra directa necesaria para el funcionamiento óptimo del negocio. Para este proyecto hemos considerado al Chofer y Bartender. Es preciso mencionar que de igual manera se detallan los beneficios sociales, CTS y vacaciones.

Se ha considerado incurrir en un incremento de sueldos del cinco por ciento (5%) para los años tres y cinco del horizonte del proyecto. El siguiente cuadro muestra el consolidado anual de gastos de personal, específicamente mano de obra directa.

MANO DE OBRA DIRECTA							
Chofer	1	1,000.00	100.00	90.00	1,190.00	16,660.00	16,660.00
Bartista	1	1,000.00	100.00	90.00	1,190.00	16,660.00	16,660.00
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA							33,320.00

Cuadro N°23.Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA							
Chofer	1	1,000.00	100.00	90.00	1,190.00	16,660.00	16,660.00
Bartista	1	1,000.00	100.00	90.00	1,190.00	16,660.00	16,660.00
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA							33,320.00

ADMINISTRACIÓN							
Administrador	1	1,800.00	160.00	144.00	1,904.00	26,656.00	26,656.00
Asistente Administrativo	1	1,250.00	125.00	112.50	1,487.50	20,825.00	20,825.00
SERVICIOS POR TERCEROS							
Asesoría Contable	1	300.00			300.00	3,600.00	3,600.00
Asesoría Legal	1	300.00			300.00	3,600.00	3,600.00
TOTAL SUELDO ADMINISTRATIVOS							64,881.00

Cuadro N°24.Total de personal administrativo

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

ADMINISTRACIÓN							
Administrador	1	1,000.00	100.00	144.00	1,004.00	26,056.00	26,056.00
Asistente Administrativo	1	1,250.00	125.00	112.50	1,467.50	20,425.00	20,425.00
SERVICIOS POR TERCEROS							
Asesoría Contable	1	800.00			300.00	3,600.00	3,600.00
Asesoría Legal	1	300.00			300.00	3,600.00	3,600.00
TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS							54,681.00

6.2.3. Costos y Gastos Indirectos de Fabricación

El siguiente cuadro muestra los costos indirectos de fabricación para cada año durante los cinco años de horizonte del proyecto. Podemos concluir que el servicio más representativo en valor monetario es el teléfono con un cuarenta y seis y 78/100 por ciento (46.78%) del total de materiales necesarios para el óptimo funcionamiento del negocio.

ITEM	%	2012	2013	2014	2015	2016
Electricidad	17.54%	1,800.00	2,051.45	2,319.05	2,602.55	2,902.20
Agua	9.94%	1,020.00	1,162.49	1,314.13	1,474.78	1,644.58
Internet	25.73%	2,640.00	3,008.79	3,401.27	3,817.07	4,256.56
Telefono	46.78%	4,800.00	5,470.53	6,184.13	6,940.13	7,739.20
TOTAL MATERIALES		10,260.00	11,693.25	13,218.58	14,834.52	16,542.54

Cuadro N°25. Costos y Gastos Indirecto de Fabricación

ITEM	%	2012	2013	2014	2015	2016
Electricidad	17.54%	1,800.00	2,051.45	2,319.05	2,602.55	2,902.20
Agua	9.94%	1,020.00	1,162.49	1,314.13	1,474.78	1,644.58
Internet	25.73%	2,640.00	3,008.79	3,401.27	3,817.07	4,256.56
Telefono	46.78%	4,800.00	5,470.53	6,184.13	6,940.13	7,739.20
TOTAL MATERIALES		10,260.00	11,693.25	13,218.58	14,834.52	16,542.54

6.2.4. Gastos de Administración

Dentro del presupuesto de gastos administrativos que en seguida detallamos en el cuadro resumen, el valor más alto es sueldos que están compuestos por el salario del administrador y su respectivo asistente.

Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Utiles de Escritorio	1,779.66	1,779.66	1,779.66	1,779.66	1,779.66
Utiles de Limpieza	832.20	832.20	832.20	832.20	832.20
Sueldos	54,681.00	54,681.00	57,415.05	57,415.05	60,285.80
Plan de Capacitación		1,694.92	1,694.92	1,694.92	1,694.92
Alquileres*	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00
Mantenimiento y Reparación del Local		381.36	381.36	381.36	381.36
Imprevistos 2%	1,162.66	1,203.68	1,258.26	1,258.26	1,315.68
TOTAL SIN IGV	59,264.92	61,382.72	64,171.45	64,171.45	67,099.62
TOTAL CON IGV	59,880.86	62,372.38	65,161.11	65,161.11	68,089.28
IGV	615.94	989.66	989.66	989.66	989.66

Cuadro N°26 Gastos de Administración

Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Utiles de Escritorio	1,779.68	1,779.68	1,779.68	1,779.68	1,779.68
Utiles de Limpieza	932.20	932.20	932.20	932.20	932.20
Sueldos	54,681.00	54,681.00	57,415.05	57,415.05	60,285.80
Plan de Capacitación		1,694.92	1,694.92	1,694.92	1,694.92
Alquileres*	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00
Mantenimiento y Reparación del Local		381.35	381.36	381.35	381.35
Imprevistos 2%	1,162.08	1,203.68	1,259.28	1,259.28	1,315.68
TOTAL SIN IGV	59,264.92	61,382.72	64,171.45	64,171.45	67,099.62
TOTAL CON IGV	59,880.66	62,372.38	65,161.11	65,161.11	68,089.28
IGV	615.94	989.66	989.66	989.66	989.66

6.2.5.Gastos de Ventas

En el siguiente cuadro se muestra el presupuesto asignado para gasto de ventas, en cual está relacionado con Promoción, es decir Publicidad y Marketing. Se tiene en cuenta tres géneros:

- Merchandising; que para este proyecto se ha considerado calcomanías de recuerdo
- Actividades y eventos; en el cual se han tomado como importantes el día del pisco sour, el día del ron peruano y fiestas patrias.
- Publicidad, con el monto mayor de inversión ya que aquí se a considerado elementos conocidos como dumies para ubicarlos en los principales restaurantes, terminales terrestres y agencia de viaje.

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Publicidad y Marketing					
Publicidad	2,966.10	2,966.10	2,966.10	2,966.10	2,966.10
Actividades y Eventos	762.71	762.71	762.71	762.71	762.71
Merchandising	1,423.73	1,423.73	1,423.73	1,423.73	1,423.73
TOTAL SIN IGV	5,152.54	5,152.54	5,152.54	5,152.54	5,152.54
TOTAL CON IGV	6,080.00	6,080.00	6,080.00	6,080.00	6,080.00
IGV	927.46	927.46	927.46	927.46	927.46

Cuadro N°27.Gastos de Ventas

Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Publicidad y Marketing					
Publicidad	2,966.10	2,966.10	2,966.10	2,966.10	2,966.10
Actividades y Eventos	762.71	762.71	762.71	762.71	762.71
Merchandising	1,423.73	1,423.73	1,423.73	1,423.73	1,423.73
TOTAL SIN IGV	5,152.54	5,152.54	5,152.54	5,152.54	5,152.54
TOTAL CON IGV	6,080.00	6,080.00	6,080.00	6,080.00	6,080.00
IGV	927.46	927.46	927.46	927.46	927.46

6.2.6.Depreciación del Activo Fijo y Amortización de Intangibles

El presente cuadro muestra la depreciación del activo fijo para cada uno de los años proyectados y la amortización del activo intangible en montos anuales. Para poder realizar estos flujos se utilizó como método la depreciación lineal y se tomó como referencia las tasas dispuestas por SUNAT.

Descripción	Inversión	2012	2013	2014	2015	2016	VL
INTANGIBLES	4,220.45	844.09	844.09	844.09	844.09	844.09	-
Gastos Pre Operativos	-	-	-	-	-	-	-
Estudio de Pre-Factibilidad	1,059.32	211.86	211.86	211.86	211.86	211.86	-
Constitución y Organización de Empresa	1,468.20	293.64	293.64	293.64	293.64	293.64	-
Software - Pagina Web	1,016.95	203.39	203.39	203.39	203.39	203.39	-
Reclutamiento de Personal	-	-	-	-	-	-	-
Remodelación del Local	593.22	118.64	118.64	118.64	118.64	118.64	-
Imprevistos 2%	82.75	16.55	16.55	16.55	16.55	16.55	-
TANGIBLES	79,284.14	15,566.64	15,566.64	15,566.64	15,566.64	15,566.64	1,450.93
Vehículo	63,300.63	12,677.97	12,677.97	12,677.97	12,677.97	12,677.97	-
Equipos	6,306.90	1,261.38	1,261.38	1,261.38	1,261.38	1,261.38	-
Equipos de Procesamiento de Datos	6,685.55	1,337.11	1,337.11	1,337.11	1,337.11	1,337.11	-
Mobiliario	2,901.05	290.19	290.19	290.19	290.19	290.19	1,450.93
TOTAL	83,504.58	16,410.73	16,410.73	16,410.73	16,410.73	16,410.73	1,450.93
ACUMULADO		16,410.73	32,821.46	49,232.19	65,642.92	82,053.65	

Cuadro N°28.Depreciación del activo Fijo y Amortización de Intangibles

Descripción	Inversión	2012	2013	2014	2015	2016	VL
INTANGIBLES	4,220.46	844.09	844.09	844.09	844.09	844.09	-
Costos Pre Operativos	-	-	-	-	-	-	-
Estudio de Pre Factibilidad	1,059.30	211.89	211.89	211.89	211.89	211.89	-
Constitución y Organización de Empresa	1,260.20	252.04	252.04	252.04	252.04	252.04	-
Software - Página Web	1,018.05	203.59	203.59	203.59	203.59	203.59	-
Reclutamiento de Personal	-	-	-	-	-	-	-
Renovación del Local	563.22	112.64	112.64	112.64	112.64	112.64	-
Imprevistos 2%	42.75	8.55	8.55	8.55	8.55	8.55	-
TANGIBLES	75,284.14	15,066.64	15,066.64	15,066.64	15,066.64	15,066.64	1,450.93
Vehículo	63,380.83	12,677.97	12,677.97	12,677.97	12,677.97	12,677.97	-
Equipos	6,208.90	1,241.90	1,241.90	1,241.90	1,241.90	1,241.90	-
Equipos de Procesamiento de Datos	8,685.55	1,737.11	1,737.11	1,737.11	1,737.11	1,737.11	-
Mobiliario	2,001.05	400.10	400.10	400.10	400.10	400.10	1,450.93
TOTAL	83,604.68	16,410.73	16,410.73	16,410.73	16,410.73	16,410.73	1,450.93
ACUMULADO		16,410.73	32,821.46	49,232.19	65,642.92	82,053.65	

6.3.FINANCIAMIENTO

Estructura de Capital

La inversión total del proyecto es ciento cincuenta y seis mil setecientos ochenta y cuatro y 34/100 nuevos soles (S/. 156,784.34), lo cual será financiado al 70% por aporte propio y el 30% mediante un financiamiento con una entidad financiera.

Descripción	Monto de capital S/.	%
Aporte Propio	104,554.04	70.00%
Préstamo	44,808.88	30.00%
Inversión Total	149,362.92	100.00%

Cuadro N°29.Estructura de Capital

6.3.2.Alternativas de Financiamiento Externo

En el cuadro que se presenta a continuación podemos comparar las tasas ofrecidas por cuatro entidades financieras teniendo en cuenta el riesgo y monto de financiamiento del proyecto. Tanto para financiamiento de capital de trabajo y activo fijo, el Scotiabank ofrece la mejor propuesta para el proyecto.

	Para Capital	Para Activo
BANCO	CEA	CEA
BBVA	28.95%	30.64%
Scotiabank	25.25%	23.64%
BCP	33.12%	30.12%
CMACT	25.88%	33.59%

Cuadro N°30.Alternativas de Financiamiento Externo

6.3.3.Elección de Fuente(s) de Financiamiento

La entidad bancaria elegida para financiar el capital de trabajo y activo fijo del proyecto es el Scotiabank; ya que la tasa que ofrece para ambos casos es menor frente a las demás propuestas.

Para el financiamiento de Capital de trabajo solo el 25% del valor total se va a financiar con un externo en un periodo de 36 meses a una tasa mensual nominal de 2.10%.

Para Capital de Trabajo	Reales	Nominales
50,827.51		
Para Capital de Trabajo	11,202.22	11,202.22
Periodos (años):	3	3
Tasa Mensual:	1.88%	2.10%
Costo Efectivo Anual:	25.00%	28.38%

Cuadro N°31. Estructura de Capital de Trabajo

Por ultimo para el financiamiento de activo fijo que representa el 75% del monto total a financiar se ha considerado un periodo de 60 meses y una tasa mensual nominal de 2.01%.

Para Activo Fijo	Reales	Nominales
93,555.28		
Para Activo Fijo	33,606.66	33,606.66
Periodos (años):	5	5
Tasa Mensual:	1.78%	2.01%
Costo Efectivo Anual:	23.64%	26.98%

Cuadro N°32. Estructura de Activo Fijo

6.3.4. Amortización de Deuda

En el siguiente cuadro se puede apreciar el plan financiero para el total del financiamiento tomado por la empresa; tanto para activo fijo como capital de trabajo. Podemos observar que en el año 2016 el saldo de la deuda es 0.00 lo que significa que la obligación financiera esta cancelada.

Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Intereses	12,245.13	10,373.68	7,986.05	4,939.78	2,763.46
Amortización	6,789.38	8,660.83	11,048.46	8,086.94	10,243.26
Saldo	38,019.50	29,358.67	18,310.20	10,243.26	0.00
Cuota	-44,808.88	19,034.51	19,034.51	13,006.72	13,006.72

Cuadro N°33. Amortización de Deuda

Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Intereses	12,245.13	10,373.68	7,986.05	4,939.78	2,763.46
Amortización	6,789.38	8,660.83	11,048.46	8,086.94	10,243.26
Saldo	38,019.50	29,358.67	18,310.20	10,243.26	0.00
Cuota	-44,808.88	19,034.51	19,034.51	13,006.72	13,006.72

6.4. INGRESOS PROYECTADOS

6.4.1. Ingresos por Ventas

En el siguiente cuadro se muestra los precios del servicio y de cada bebida según tipo alcohólica y no alcohólica. Estos precios se establecen teniendo en cuenta el costo total

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

en los que la empresa incurriría. Por último se detalla el margen de contribución que se obtendría por cada producto.

Producto	Valor de Venta	IGV	Precio Medio	Costo Total Medio	Margen Contribución
Servicio de paseo	25.42	4.58	30.00	23.29	2.13
Bebidas Alcohólicas	8.47	1.53	10.00	4.01	4.46
Bebidas No Alcohólicas	5.08	0.92	6.00	2.44	2.65

Cuadro N°34.Precio Medio

Producto	Valor de Venta	IGV	Precio Medio	Costo Total Medio	Margen Contribución
Servicio de paseo	25.42	4.58	30.00	23.29	2.13
Bebidas Alcohólicas	8.47	1.53	10.00	4.01	4.46
Bebidas No Alcohólicas	5.08	0.92	6.00	2.44	2.65

El siguiente cuadro muestra el presupuesto por ingresos del servicio del paseo y el presupuesto de otros ingresos que están divididos en ingresos por publicidad y por la venta de bebidas del café- bar.

Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Servicio de paseo	175,627.12	200,161.02	226,271.19	253,932.20	283,169.49
TOTAL SIN IGV	175,627.12	200,161.02	226,271.19	253,932.20	283,169.49
TOTAL CON IGV	207,240.00	236,180.00	267,000.00	289,640.00	334,140.00
IGV	31,612.88	36,028.98	40,728.81	45,707.80	50,970.51

Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Esteban Martínez Cruz	5,400.00	5,400.00	5,400.00	5,400.00	5,400.00
Café - Bar	63,640.68	72,532.20	81,994.92	92,022.03	102,611.86
TOTAL SIN IGV	69,040.68	77,932.20	87,394.92	97,422.03	108,011.86
TOTAL CON IGV	81,468.00	91,960.00	103,126.00	114,958.00	127,454.00
IGV	12,427.32	14,027.80	15,731.08	17,535.97	19,442.14

Cuadro N°35.Ingresos por Ventas

Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Servicio de pesco	175,827.12	200,161.02	226,271.19	253,932.20	283,169.49
TOTAL SIN IGV	175,827.12	200,161.02	226,271.19	253,932.20	283,169.49
TOTAL CON IGV	207,240.00	236,190.00	267,000.00	299,840.00	334,140.00
IGV	31,412.88	36,028.98	40,728.81	45,907.80	50,970.51

Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Estuardo Martínez Cruz	5,400.00	5,400.00	5,400.00	5,400.00	5,400.00
Café - Der	63,840.68	72,532.20	81,864.82	92,022.03	102,611.08
TOTAL SIN IGV	69,040.68	77,932.20	87,394.82	97,422.03	108,011.08
TOTAL CON IGV	81,488.00	91,860.00	103,126.00	114,968.00	127,454.00
IGV	12,427.32	14,027.80	15,731.08	17,535.97	19,442.14

6.4.2. Recuperación del Capital de Trabajo

El siguiente cuadro presenta la recuperación del capital de trabajo durante todos los periodos de duración del proyecto siendo un capital inicial de cincuenta mil ochocientos veintisiete 51/100 nuevos soles (S/. 50,827.51). Se puede apreciar que durante el año 2012 al 2015 el monto de inversión es menor ya que solo se necesitaría el capital de trabajo necesario a 3 meses de operación y también porque en estos años se generan ingresos por venta.

Descripción	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Capital de Trabajo Inicial	-50,827.51					
Capital de Trabajo Incremental		-2,877.11	-4,659.85	-3,757.12	-5,139.98	
Recuperación del Capital de Trabajo						67,200.07

Cuadro N°36. Recuperación del Capital de Trabajo

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

Descripción	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Capital de Trabajo Inicial	-50,827.51					
Capital de Trabajo Incremental		-2,877.11	-4,668.85	-3,757.12	-6,139.38	
Recuperación del Capital de Trabajo						67,280.87

6.4.3. Valor de Desecho Neto

El siguiente cuadro muestra el valor de desecho que se obtendría al final del horizonte de evaluación del proyecto, es decir cinco años. Este monte mil setecientos doce y 09/100 nuevos soles (S/. 1,712.09) se obtiene de las ventas de activos que se pueden realizar al momento de la liquidación del servicio.

Descripción	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Valor Residual						1,712.09

Cuadro N°37. Valor de Desecho Neto

Descripción	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Valor Residual						1,712.09

CAPITULO VII: EVALUACION ECONOMICA

7.1.SUPUESTOS GENERALES

El siguiente cuadro muestra los principales indicadores financieros, contables y económicos utilizados en el siguiente proyecto. La tasa de inflación es a junio del 2011 del reporte del Banco Central de Reserva del Perú, hemos considerado un 5% de crecimiento anual del proyecto y un incremento de sueldos de 5% al personal en el año 3 y 5 del horizonte de estudio.

ITEM	VALOR
Inflación Anual*	2.70%
Crecimiento Económico	5.00%
Crecimiento Poblacional	1.22%
Impuesto a la Renta	30.00%
IGV	18.00%
Beneficios Sociales	9.00%
CTS	10.00%
Tipo de Cambio	2.70
Incremento de Sueldos ***	5.00%
Número de Sueldos al Año	14
Plan de Participación	65.00%
Crecimiento del Proyecto	5.00%
Reducción del Precio	0%
Elevación de Costo Total	0%
Imprevistos	2%
Factor de Capital de Trabajo	3/12
Ventas a Contado	100%
Compras a Contado	100%

* Inflacion al 2011

*** En el año 3 y 5

Cuadro N°38. Supuestos Generales

7.2.FLUJO DE CAJA PROYECTADA

7.2.1.Flujo de Caja Operativo

En el siguiente cuadro se especifica el flujo de caja operativo, refleja las salidas de efectivo operacionales que se producirán durante el horizonte del proyecto, podemos concluir que el resultado de cada año son positivos por lo que los ingresos son mayores a los egresos generados por cada ejercicio.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
TOTAL DE INGRESOS		209,709.00	320,150.00	370,128.00	414,590.00	481,594.00
Costos de Producción		-137,349.19	-148,398.12	-162,218.79	-177,245.26	-194,874.60
Gastos Administrativos		-59,880.86	-62,372.38	-65,161.11	-65,161.11	-68,089.28
Gastos de Ventas		-8,080.00	-8,080.00	-8,080.00	-8,080.00	-8,080.00
Impuesto General a las Ventas		-11,567.13	-30,895.33	-35,134.69	-39,626.08	-44,633.74
Impuesto a la Renta		-12,707.78	-16,807.63	-25,539.80	-33,022.45	-39,539.04
TOTAL DE EGRESOS		-227,614.96	-265,521.47	-294,129.40	-321,134.89	-353,207.67
FLUJO OPERATIVO	0.00	81,093.94	62,628.53	75,998.60	93,455.11	108,386.33

Cuadro N°39. Flujo de Caja Operativo

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
TOTAL DE INGRESOS		209,709.00	320,150.00	370,128.00	414,590.00	481,594.00
Costos de Producción		-137,349.19	-148,398.12	-162,218.79	-177,245.26	-194,874.60
Costos Administrativos		-59,880.86	-62,372.38	-65,161.11	-65,161.11	-68,089.28
Costos de Ventas		-8,080.00	-8,080.00	-8,080.00	-8,080.00	-8,080.00
Impuesto General a las Ventas		-11,567.13	-30,895.33	-35,134.69	-39,626.08	-44,633.74
Impuesto a la Renta		-12,707.78	-16,807.63	-25,539.80	-33,022.45	-39,539.04
TOTAL DE EGRESOS		-227,614.96	-265,521.47	-294,129.40	-321,134.89	-353,207.67
FLUJO OPERATIVO	0.00	81,093.94	62,628.53	75,998.60	93,455.11	108,386.33

7.2.2. Flujo de Capital

En el siguiente cuadro se especifica el flujo de caja de capital, refleja las salidas de efectivo generadas por las inversiones que el proyecto requiera durante el horizonte de evaluación, el resultado del último año es un saldo positivo por lo que podemos concluir que al llegar el quinto año el proyecto recuperaría el capital de trabajo además de tener

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

un valor residual por los activos adquiridos.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Inversión en Activo Fijo	-89,519.19					
Inversión en Intangibles	-5,147.43					
Capital de Trabajo Inicial	-50,827.51					
Capital de Trabajo Incremental		-2,877.11	-4,659.85	-3,757.12	-5,139.38	0.00
Recuperación del Capital de Trabajo						67,260.97
Valor Residual						1,707.41
FLUJO DE CAPITAL	-145,494.14	-2,877.11	-4,659.85	-3,757.12	-5,139.38	68,968.38

Cuadro N°40.Flujo de Capital

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Inversión en Activo Fijo	-89,519.19					
Inversión en Intangibles	-5,147.43					
Capital de Trabajo Inicial	-50,827.51					
Capital de Trabajo Incremental		-2,877.11	-4,659.85	-3,757.12	-5,139.38	0.00
Recuperación del Capital de Trabajo						67,260.97
Valor Residual						1,707.41
FLUJO DE CAPITAL	-145,494.14	-2,877.11	-4,659.85	-3,757.12	-5,139.38	68,968.38

7.2.3.Flujo de Caja Económico

El siguiente cuadro es el flujo de caja económico que se genera de la sumatoria del flujo de caja de capital y de caja operativo; teniendo como objetivo analizar el rendimiento de la inversión total independientemente del monto de financiamiento.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Flujo de Capital	-145,494.14	-2,877.11	-4,659.85	-3,757.12	-5,139.38	68,968.38
Flujo Operativo	0.00	61,093.04	62,628.53	75,996.60	93,463.11	108,386.33
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-145,494.14	58,215.93	57,968.68	72,239.49	88,323.73	177,354.71

Cuadro N°41.Flujo de Caja Económico

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Flujo de Capital	-145,494.14	-2,877.11	-4,659.85	-3,757.12	-5,139.38	68,968.38
Flujo Operativo	0.00	61,093.04	62,628.53	75,996.60	93,463.11	108,386.33
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-145,494.14	58,215.93	57,968.68	72,239.49	88,323.73	177,354.71

7.2.4.Flujo de Deuda

En el presente cuadro se detalla la cantidad de efectivo que se pagara anualmente a la entidad bancaria por el financiamiento solicitado por los cinco años del horizonte del proyecto.

Amortización de deuda	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Saldo Inicial	44,808.88	44,808.88	38,019.50	29,358.67	18,310.20	10,243.26
Amortización		-6,789.38	-8,680.83	-11,048.46	-8,066.94	-10,243.26
Interés		-12,245.13	-10,373.68	-7,986.06	-4,939.78	-2,793.46
Escudo Fiscal		3,673.64	3,112.10	2,366.81	1,481.93	829.04
Saldo Final	44,808.88	38,019.50	29,358.67	18,310.20	10,243.26	0.00
(a) PRINCIPAL + INTERESES*	44,808.88	-15,360.87	-15,942.41	-16,667.71	-11,524.79	-12,177.68

Cuadro N°42.Flujo de Deuda

Amortización de deuda	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Saldo Inicial	44,808.88	44,808.88	38,019.50	29,308.67	18,310.20	10,243.26
Amortización		-6,788.38	-8,880.83	-11,048.85	-8,086.94	-10,243.26
Interés		-12,245.13	-10,373.88	-7,988.05	-4,908.78	-2,783.48
Exceso Fiscal		3,673.54	3,112.10	2,366.81	1,481.83	828.04
Saldo Final	44,808.88	38,019.50	29,358.67	18,310.20	10,243.26	0.00
(a) PRINCIPAL + INTERESES*	44,808.88	-15,360.97	-15,922.40	-18,838.89	-11,524.79	-12,177.88

7.2.5. Flujo de Caja Financiero

En el siguiente cuadro especificamos que el flujo de caja económico se encuentra en capacidad de cubrir los desembolsos anuales para poder pagar el financiamiento solicitado, por lo que podemos concluir que la empresa tiene la capacidad durante los 5 años de evaluación que cubrir sus obligaciones corto y largo plazo.

Flujo Financiero	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Flujo de Caja Económico	-145,494.14	58,215.93	57,968.68	72,299.49	88,923.73	177,354.71
Desembolso de (a)	44,808.88	-15,360.97	-15,922.40	-18,838.89	-11,524.79	-12,177.88
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-100,685.26	42,854.96	42,046.28	55,600.79	78,798.94	165,177.03

Cuadro N°43. Flujo de Caja Financiero

Flujo Financiero	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Flujo de Caja Económico	-145,494.14	58,215.93	57,968.68	72,299.49	88,923.73	177,354.71
Desembolso de (a)	44,808.88	-15,360.97	-15,922.40	-18,838.89	-11,524.79	-12,177.88
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-100,685.26	42,854.96	42,046.28	55,600.79	78,798.94	165,177.03

7.3. DETERMINACION DE LA TASA DE DESCUENTO

7.3.1. Costo de Oportunidad de Capital

Para poder calcular el costo de oportunidad del proyecto se utilizó el modelo CAPM (Capital Asset Pricing Model). La fórmula aplicada es la siguiente:

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

$$Cok = Rf_{US} + \beta_{apalancado} * (Rm_{US} - Rf_{US}) + \lambda * (\sigma_{País})$$

$$\lambda = \frac{\sigma_{CountryEquity}}{\sigma_{CountryBond}}$$

Rendimiento Libre de Riesgo (Rf)	3.04%
Rendimiento de Mercado	3.96%
Riesgo País	3.00%
Riesgo Implícito	2.50
Participación Laboral	0.00%

Item	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Deuda	44,808.85	38,019.50	29,358.67	18,310.20	10,243.26	0.00
Capital	104,554.04	104,554.04	104,554.04	104,554.04	104,554.04	104,554.04
Ratio Apalancado	1.57	1.53	1.45	1.36	1.29	1.21
Costo para el Proyecto	11.98%	11.93%	11.87%	11.78%	11.72%	11.65%
	11.62%					

Cuadro N°44. Costo de Oportunidad de Capital

$$Cok = Rf_{12} + \beta_{aportaciones} * (Rm_{12} - Rf_{12}) + \lambda * (\sigma País)$$

$$\lambda = \frac{\sigma Country Equity}{\sigma Country Bond}$$

Rendimiento Libre de Riesgo (Rf)	3.04%
Rendimiento de Mercado	3.96%
Riesgo País	3.00%
Riesgo Implícito	2.50
Participación Laboral	0.00%

Item	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Deuda	44,000,000	30,019,50	29,358,67	10,310,20	10,243,26	0,00
Capital	104,554,04	104,554,04	104,554,04	104,554,04	104,554,04	104,554,04
Beta Aportaciones	1.57	1.52	1.45	1.38	1.29	1.21
Cok para el Proyecto	11.96%	11.83%	11.67%	11.47%	11.27%	11.02%
	11.82%					

El COK para promedio para los cinco años de horizonte del proyecto es de 11.82%, que significa el rendimiento de la inversión bajo la perspectiva del inversionista.

Costo Promedio Ponderado de Capital

El valor promedio único es de 13.06%, que se entiende como la tasa de rentabilidad del promedio de costo de endeudamiento y del costo de capital propio.

Calculo del CPPC	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Deuda	44,000,00	30,019,50	29,358,67	10,310,20	10,243,26	0,00
Capital	104,554,04	104,554,04	104,554,04	104,554,04	104,554,04	104,554,04
Costo Promedio Ponderado de Capital	14.00%	13.76%	13.41%	12.90%	12.47%	11.82%
CPPC Promedio	13.06%					

Cuadro N°45.Costo Promedio Ponderado de Capital

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

Cálculo del CPPC	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Deuda	44,808.88	38,019.50	29,358.67	18,310.20	10,243.26	0.00
Capital	104,554.04	104,554.04	104,554.04	104,554.04	104,554.04	104,554.04
Cuenta Promedio Ponderado de Capital	14.00%	13.78%	13.41%	12.90%	12.47%	11.60%
CPPC Promedio	13.05%					

7.4.ESTADOS PROYECTADOS

7.4.1.Balance general

En el balance general se detallan los activos, pasivos y patrimonio en montos totales que posee la empresa. Como podemos analizar en la cuenta activos corrientes específicamente en caja y bancos se registran todas las ventas generadas por la empresa. La cuenta clientes no tiene ningún registro ya que se considera para el siguiente proyecto que la ventas y pagos son al contado.

En el pasivo no corriente encontramos la deuda con la entidad financiera en el largo plazo y por último en el patrimonio la cuenta capital social se mantiene constante durante los cinco años de horizonte por lo contrario con las utilidades acumuladas que con el transcurso de los años se ha incrementado.

BALANCE PROYECTADO

(En nuevas soles)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Activo	149,362.92	178,684.26	208,579.66	251,926.84	317,454.43	387,262.38
Caja y Bancos	60,627.51	96,559.59	143,265.72	202,623.62	284,561.95	360,770.59
Clientes	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total Activo Corriente	60,627.51	96,559.59	143,265.72	202,623.62	284,561.95	360,770.59
Activo Fijo	93,555.28	77,386.64	62,422.00	46,855.35	31,298.71	15,722.07
Intangibles	4,580.13	4,136.04	3,291.95	2,447.86	1,603.77	759.68
Total Activo No Corriente	98,535.41	82,124.68	65,713.94	49,303.21	32,892.48	16,481.75
Pasivo y Patrimonio	149,362.92	178,684.26	208,579.66	251,926.84	317,454.43	387,262.38
Pasivo	44,808.88	38,059.32	44,389.49	33,341.03	25,274.09	14,769.66
Proveedores	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Tributos	0.00	15,030.82	15,030.82	15,030.82	15,030.82	14,769.66
Total Pasivo Corriente	0.00	15,030.82	15,030.82	15,030.82	15,030.82	14,769.66
Deuda a Largo Plazo	44,808.88	38,019.50	29,358.67	18,310.20	10,243.26	0.00
Total Pasivo No Corriente	44,808.88	38,019.50	29,358.67	18,310.20	10,243.26	0.00
Patrimonio	104,554.04	125,833.94	164,590.17	218,585.81	292,180.34	362,482.69
Capital social	104,554.04	104,554.04	104,554.04	104,554.04	104,554.04	104,554.04
Reserva Legal	0.00	3,011.41	8,576.59	16,290.25	26,803.78	39,704.09
Utilidades acumuladas	0.00	18,268.48	51,459.54	97,741.51	160,822.54	238,224.55

Cuadro N°46. Balance General

BALANCE PROYECTADO

(En nuevas soles)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Activo	149,362.92	178,684.26	208,979.66	251,926.84	317,454.43	397,252.35
Caja y Bancos	50,827.51	58,559.59	143,265.72	202,623.82	284,551.95	350,770.59
Cuentas	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total Activo Corriente	50,827.51	58,559.59	143,265.72	202,623.82	284,551.95	350,770.59
Activo fijo	90,535.20	77,900.61	62,422.60	40,033.35	31,230.71	15,722.07
Intangibles	4,980.13	4,128.04	3,281.35	2,447.85	1,603.77	759.69
Total Activo No Corriente	98,535.41	82,124.68	65,713.94	49,203.21	32,892.48	15,481.76
Pasivo y Patrimonio	149,362.92	178,684.26	208,979.66	251,926.84	317,454.43	397,252.35
Pasivo	44,808.88	53,019.50	44,389.49	33,341.03	25,274.09	14,769.66
Acreedores	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Tributos	0.00	16,030.82	15,090.82	15,030.82	16,030.82	14,769.66
Total Pasivo Corriente	0.00	16,030.82	15,090.82	15,030.82	16,030.82	14,769.66
Deuda a Largo Plazo	44,808.88	38,019.50	29,359.67	18,310.20	10,243.26	0.00
Total Pasivo No Corriente	44,808.88	38,019.50	29,359.67	18,310.20	10,243.26	0.00
Patrimonio	104,554.04	125,633.94	164,590.17	218,585.81	292,180.34	382,482.69
Capital social	104,554.04	104,554.04	104,554.04	104,554.04	104,554.04	104,554.04
Reserva Legal	0.00	3,011.41	8,573.59	13,299.25	26,803.75	39,704.09
Utilidades acumuladas	0.00	18,068.48	51,463.64	97,741.51	150,822.54	238,224.56

7.4.2. Estado de Ganancias y Pérdidas

En el siguiente cuadro se detalla el estado de ganancias y pérdidas proyectadas, donde se observan los ingresos y egresos del proyecto al igual que la utilidad neta que genera la empresa por su funcionamiento año por año. Dentro de la celda de otros ingresos se encuentran registrados las ventas de publicidad y las del café – bar que representan el 28% de los ingresos totales. La utilidad neta del proyecto para el año 2012 son de 10% y para el quinto año alcanza los 27%.

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS PROYECTADO

(En nuevos soles)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ventas Netas		175,627.12	200,161.02	226,271.10	253,002.20	283,169.49
Otros Ingresos		60,040.68	77,932.20	87,394.92	97,422.03	108,011.86
Costo de Ventas		-121,480.33	-129,121.60	-142,888.71	-155,544.69	-170,751.66
Utilidad Bruta		114,187.48	148,971.62	170,777.31	194,879.54	220,429.70
Gastos Administrativos		-50,294.92	-61,302.72	-64,171.45	-64,171.45	-67,009.62
Gastos de Ventas		-5,162.64	-5,162.64	-5,162.64	-5,162.64	-5,162.64
Utilidad Operativa		58,770.00	82,436.16	101,533.40	126,485.55	148,177.54
Depreciación Activo Fijo		-15,566.64	-15,566.64	-15,566.64	-15,566.64	-15,566.64
Amortización Intangibles		-844.09	-844.09	-844.09	-844.09	-844.09
UAI		42,359.27	66,025.43	69,122.67	110,074.82	131,796.81
Gastos Financieros		-12,245.13	-10,373.69	-7,968.05	-4,939.78	-2,793.46
Utilidad Antes de Impuestos		30,114.14	55,651.76	77,136.63	105,135.04	129,003.35
Impuesto a la Renta		-9,034.24	-16,695.53	-23,140.99	-31,540.51	-38,701.01
Reserva Legal	10%	-3,011.41	-5,565.18	-7,713.66	-10,513.50	-12,900.34
Entrega de Dividendos	0%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad Neta		18,068.49	33,391.05	46,281.98	63,081.03	77,402.01

Cuadro N°47.Estado de Guanacias y Pérdidas

ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS PROYECTADO

(En millones de soles)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ventas Netas		175,627.12	200,161.02	226,271.10	253,002.20	283,169.49
Otros Ingresos		60,040.68	77,932.20	87,394.92	97,422.03	108,011.86
Costo de Ventas		-121,480.33	-129,121.60	-142,888.71	-155,544.69	-170,751.66
Utilidad Bruta		114,187.48	148,971.62	170,777.31	194,879.54	220,429.70
Gastos Administrativos		-50,294.92	-61,302.72	-64,171.45	-64,171.45	-67,009.62
Gastos de Ventas		-5,162.64	-5,162.64	-5,162.64	-5,162.64	-5,162.64
Utilidad Operativa		58,770.00	82,436.16	101,533.40	126,485.55	148,177.54
Depreciación Activo Fijo		-15,566.64	-15,566.64	-15,566.64	-15,566.64	-15,566.64
Amortización Intangibles		-844.09	-844.09	-844.09	-844.09	-844.09
UAI		42,359.27	66,025.43	69,122.67	110,074.82	131,796.81
Gastos Financieros		-12,245.13	-10,373.69	-7,968.05	-4,939.78	-2,793.46
Utilidad Antes de Impuestos		30,114.14	55,651.76	77,136.63	105,135.04	129,003.35
Impuesto a la Renta		-9,034.24	-16,695.53	-23,140.99	-31,540.51	-38,701.01
Reserva Legal	10%	-3,011.41	-5,565.18	-7,713.66	-10,513.50	-12,900.34
Entrega de Dividendos	0%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad Neta		18,068.49	33,391.05	46,281.98	63,081.03	77,402.01

7.5.Rentabilidad

7.5.1.Indicadores de Rentabilidad

En el siguiente cuadro se detalla el VAN y el TIR, tanto económico como financiero y en términos nominales y reales. El VAN se calculó con la tasa de descuento del COK, siendo el COK nominal de 11.82%

La TIRF es mayor a la TIRE, por lo que es factible el financiamiento externo ya que contribuye a la rentabilidad del proyecto; ambas son mayor al COK, lo que prueba que es más rentable invertir en el proyecto que en otro tipo de inversión en el mercado.

Tasas	Indicador	Nominal	Real
Wacc	VANE	151,258.68	132,393.94
	VANF	144,886.05	126,816.09
10.09%	TIRE	42.61%	38.86%
8.88%	TIRF	49.91%	45.97%

Cuadro N°48.Indicadores de Rentabilidad

7.5.2. Periodo de Recuperación de Capital

En el cuadro se detalla el periodo de recuperación del capital invertido, para el siguiente proyecto se podrá recuperar en 2 años y 12 meses.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Flujo de Caja Económico	-145,494.14	58,215.83	57,868.66	72,239.49	88,323.73	177,354.71
Flujo de Caja Económico Actualiz.		51,473.68	45,334.23	49,968.57	54,036.74	66,939.59
Saldo	-145,494.14	84,020.46	-8,696.22	1,262.35	55,319.00	151,258.68

2 años, 12 meses

Cuadro N°49.Periodo de recuperación de Capital

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Flujo de Caja Económico	-145,494.14	58,215.83	57,868.66	72,239.49	88,323.73	177,354.71
Flujo de Caja Económico Actualiz.		51,473.68	45,334.23	49,968.57	54,036.74	66,939.59
Saldo	-145,494.14	84,020.46	-8,696.22	1,262.35	55,319.00	151,258.68

2 años, 12 meses

7.6.Factores Críticos de Riesgo y Éxito

7.6.1.Descripción

a)Riesgo

- Ingresos de nuevos competidores.
- Incremento del precio de los insumos.
- Rechazo por parte del mercado consumidor.
- Inexperiencia en el rubro.

b) Éxito:

- Crecimiento de mercado (aumento de arribos de turistas a la ciudad de Trujillo)
- No existen competencia directa actualmente en la ciudad de Trujillo.

- Apertura del proyecto en nuevos mercados, a nivel nacional.
- Aceptación del servicio por parte del mercado consumidor.

7.7. Plan de Contingencias y Aseguramiento

Debido a la naturaleza el proyecto se ha diseñado un plan de contingencias el cual se basa que si el proyecto no cumple con las expectativas esperadas se cambia de rumbo y naturaleza del mismo. La primera opción es alquilar el vehículo para cumpleaños o eventos, una segunda opción es llevar el vehículo a otro destino turístico en donde existen mayor cantidad de turistas y por ultimo liquidar las unidades a todo costo para poder recuperar la inversión y cancelar toda obligación con la entidad financiera.

CAPITULO VIII: CONCLUSIONES

- Se puede concluir, que la empresa, busca crear una experiencia única en los turistas nacionales o extranjeros mediante calidad, variedad, historia y cultura. Este recorrido facilitara la ruta turística del centro histórico de la ciudad.
- El uso del vehículo para difundir publicidad es un gran apoyo en los ingresos de la empresa.
- Se puede concluir, que el mercado al cual la empresa desea ingresar no presenta competencia directa por lo que es el proyecto expuesto es un servicio único e innovador en la ciudad de Trujillo.
- Se puede concluir que del monto total de financiamiento la mayoría está destinada a activo fijo específicamente en la confección del vehículo.
- Se concluye que el proyecto es rentable , teniendo un COK para el horizonte del proyecto de 11.82%, un VANE 132,393. 94 un VANF 126,816.09 y una TIRE 38.86% un TIRF 45.97%.
- Se puede concluir que con el proyecto lo que busca es impulsar la belleza de la ciudad de Trujillo, su cultura y su historia. Se busca que el turista se lleve parte de lo nuestro y se vaya con ganas de querer regresar.

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

CAPITULO IX: RECOMENDACIONES

- Después de concluir el siguiente estudio de pre factibilidad y demostrar que el proyecto es viable y rentable, tendremos en cuenta como recomendaciones considerar incrementar la flota de vehículos para poder abarcar mayor participación del mercado; además no solo tener presencia en Trujillo, si no también en otros lugares turísticos dentro del Perú.
- Se debería tener en cuenta la opción de volver la marca CITY TOURS una franquicia así la inversión no necesariamente podría salir del titular de la empresa se buscaría inversionistas nacionales o extranjeros que les parezca atractivo el negocio.
- Por último se recomendaría agregar piqueos o snacks nacionales para que puedan acompañar las bebidas como chifle, camote, mote, etc.

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Córdoba Padilla, Marcial (2008) Formulación y evaluación de proyectos. 1era Ed. Bogotá, Ecoe.

Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane (2006) Dirección de Marketing. 12va Ed. México, Prentice Hall.

Sapag Chalin, Nassir, Sapag Chain, Reinaldo (2001) Preparación y evaluación proyectos. 4ta Ed. Santiago de Chile, Mc. Graw-Hill.

Páginas Webs

<http://www.promperu.gob.pe/>

<http://www.mincetur.gob.pe/newweb/>

<http://www.badaturperu.com.pe/a0presen/presentacion.php>

www.inei.gob.pe

www.sunat.gob.pe

www.bcrp.gob.pe

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A OFRECER EL SERVICIO DE RECORRIDO TURISTICO EN UN CAFE-BAR A BORDO EN LA CIUDAD

www.wikipedia.com

www.monografias.com

www.munitrujillos.gob.pe

<http://www.peru.info/>

www.mtc.gob.pe

12. Anexos

ENCUESTA

Investigación de Mercado

Buenos días/tardes, estamos realizando un estudio de mercado sobre la aceptación de un nuevo servicio para turistas en la ciudad de Trujillo. Le agradeceremos brindarnos unos minutos de su tiempo para poder responder con sinceridad las siguientes preguntas.

1. ¿Usted es residente de la ciudad de Trujillo?

Si		*termina la encuesta
No		

2. ¿De que lugar proviene?

Nacional	
Internacional	

3. ¿Cuál es la razón por la que se encuentra en Trujillo?

	Vacaciones
	Negocios
	Familia
	Otros: _____

3a. Solo si marco la opción "vacaciones" ¿La organización de su viaje la coordino a través de? - detallar el nombre si elige la opción agencia de viajes y otros.

	Agencia de Viajes: _____
	Independiente
	Otros: _____

4. ¿Con que frecuencia visita Trujillo por año?

	Primera vez
	Una vez
	Dos veces
	Tres veces
	Cuatro veces
	Otros: _____

5. ¿En promedio por cuantos días se queda en la ciudad de Trujillo?

	Mismo día
	De uno a tres días
	De cuatro a seis días
	De una semana a mas

6. ¿En que lugar de esta hospedando?

<input type="checkbox"/>	Hotel
<input type="checkbox"/>	Hostal
<input type="checkbox"/>	Casa de Hospedaje
<input type="checkbox"/>	Cada de un familiar
<input type="checkbox"/>	Casa propia
<input type="checkbox"/>	Otros

7. ¿A cuanto haciendo su bolsa de viaje en promedio?

<input type="checkbox"/>	de 0 - 500 soles
<input type="checkbox"/>	de 500 - 1000 soles
<input type="checkbox"/>	de 1000 - 1500 soles
<input type="checkbox"/>	de 1500 - 2000 soles
<input type="checkbox"/>	de 2000 soles a mas

8. ¿Por qué medio de comunicación se informo de nuestra ciudad?

<input type="checkbox"/>	Television: _____
<input type="checkbox"/>	Radio: _____
<input type="checkbox"/>	Internet: _____
<input type="checkbox"/>	Periodico: _____
<input type="checkbox"/>	Revistas: _____
<input type="checkbox"/>	Entre personas

9. ¿Qué lugares de nuestra ciudad va a visitar? - entregar cartilla

<input type="checkbox"/>	Chan chan	<input type="checkbox"/>	Iglesias
<input type="checkbox"/>	Huanchaco	<input type="checkbox"/>	Centro Historico
<input type="checkbox"/>	Sol y La Luna	<input type="checkbox"/>	Caballos de Paso
<input type="checkbox"/>	Señora de Cao	<input type="checkbox"/>	Chicama
<input type="checkbox"/>	Museo de Arte Moderno		
<input type="checkbox"/>	Museo del juguete		

Se le entrega una cartilla al encuestado:

En la ciudad de trujillo se proyecta instalar un nuevo medio de transporte turistico para 14 pasajeros en el que se realizaran tours para poder conocer el centro historico de la ciudad, sus iglesias, sus casonas, playas y centro arqueologicos. Dentro de este vehiculo el pasajero podra contar con un guia turistico y bartender que se encargara de atender el bar-cafe a bordo que ofrecera tragos nacionales, internacioles y meriendas. Ademas el vehiculo tiene a dispocision de sus pajaeros equipos de sonido y asientos ajustables y giratorios.

10.¿Que le parece esta idea?

<input type="checkbox"/>	Muy Buena
<input type="checkbox"/>	Buena
<input type="checkbox"/>	Regular
<input type="checkbox"/>	Mala
<input type="checkbox"/>	Muy mala

11. ¿Qué tan interesado estaría Usted de utilizar este servicio?

- | | | |
|--------------------------|-------------------------------------|--------------------|
| <input type="checkbox"/> | Definitivamente lo utilizaría | intencio de compra |
| <input type="checkbox"/> | Lo utilizaría | |
| <input type="checkbox"/> | Tal vez sí tal vez no lo utilizaría | |
| <input type="checkbox"/> | No lo utilizaría | |
| <input type="checkbox"/> | Definitivamente no lo utilizaría | |

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en promedio por este servicio?

- | | |
|--------------------------|-----------|
| <input type="checkbox"/> | S/. 20.00 |
| <input type="checkbox"/> | S/. 30.00 |
| <input type="checkbox"/> | S/. 40.00 |
| <input type="checkbox"/> | S/. 50.00 |

13. ¿Qué bebida prefería consumir durante el recorrido turístico?

- | | |
|--------------------------|------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Bebidas no alcohólicas |
| <input type="checkbox"/> | bebidas alcohólicas |

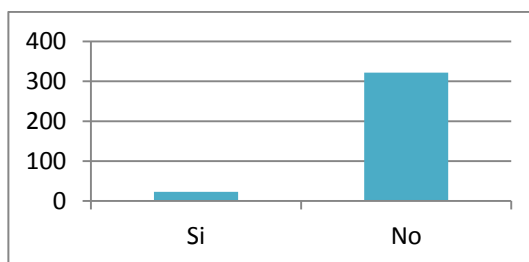
14. ¿Cuántas bebidas cree Usted, que podría consumir durante el recorrido de 2 horas?

- | | |
|--------------------------|-----------|
| <input type="checkbox"/> | 1 bebida |
| <input type="checkbox"/> | 2 bebidas |
| <input type="checkbox"/> | 3 bebidas |
| <input type="checkbox"/> | 4 bebidas |
| <input type="checkbox"/> | 5 bebidas |

TABULACION

1. ¿Usted es residente de la ciudad de Trujillo?

	#
Si	23
No	322



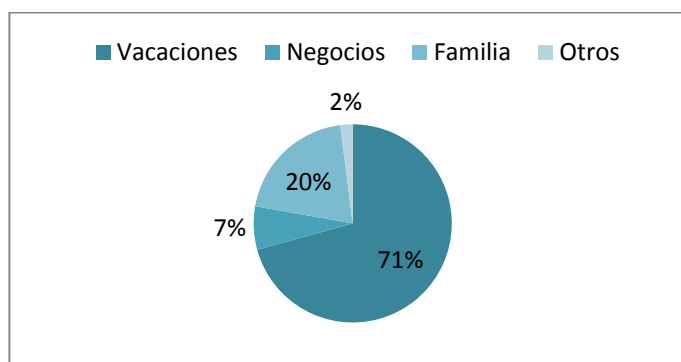
2. ¿De qué lugar proviene?

	#	%
Nacional	308	96%
Internacional	14	4%
	322	100%



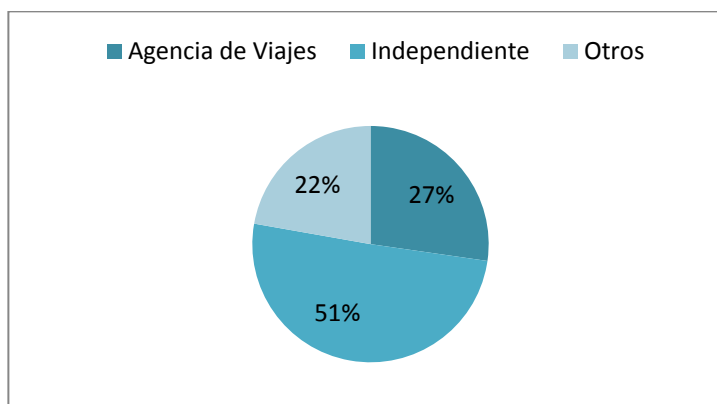
3. ¿Cuál es la razón por la que se encuentra en Trujillo?

	#	%
Vacaciones	227	70%
Negocios	21	7%
Familia	66	20%
Otros	8	2%
	322	100%



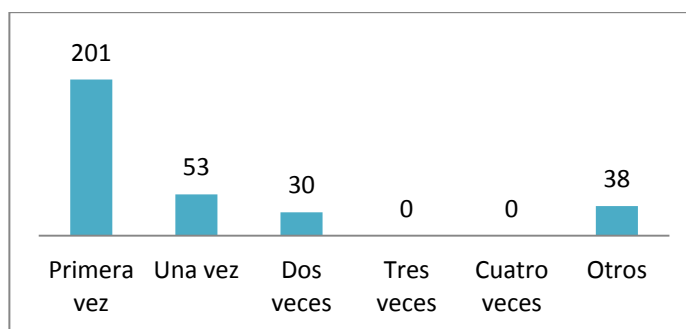
3a. Solo si marco la opción "vacaciones" ¿La organización de su viaje la coordino a travez de? - detallar el nombre si elige la opción agencia de viajes y otros.

	#	%
Agencia de Viajes	62	27%
Independiente	114	50%
Otros	51	22%
	227	100%



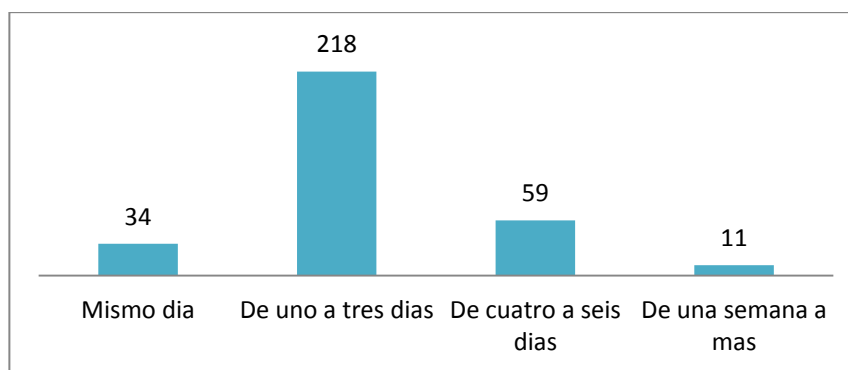
4. ¿Con que frecuencia visita Trujillo por año?

	#	%
Primera vez	201	63%
Una vez	53	16%
Dos veces	30	9%
Tres veces	0	0%
Cuatro veces	0	0%
Otros	38	12%
	322	100%



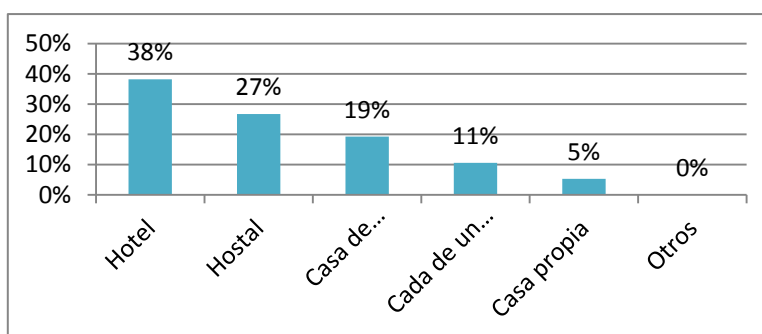
5. ¿En promedio por cuantos días se queda en la ciudad de Trujillo?

	#	%
Mismo día	34	11%
De uno a tres días	218	68%
De cuatro a seis días	59	18%
De una semana a mas	11	3%
	322	100%



6. ¿En qué lugar de esta hospedando?

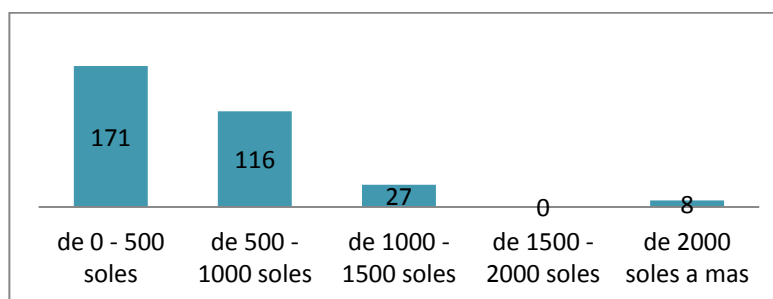
	#	%
Hotel	123	38%
Hostal	86	27%
Casa de Hospedaje	62	19%
Cada de un familiar	34	11%
Casa propia	17	5%
Otros	0	0%
	322	100%



7. ¿A cuánto haciendo su bolsa de viaje en promedio?

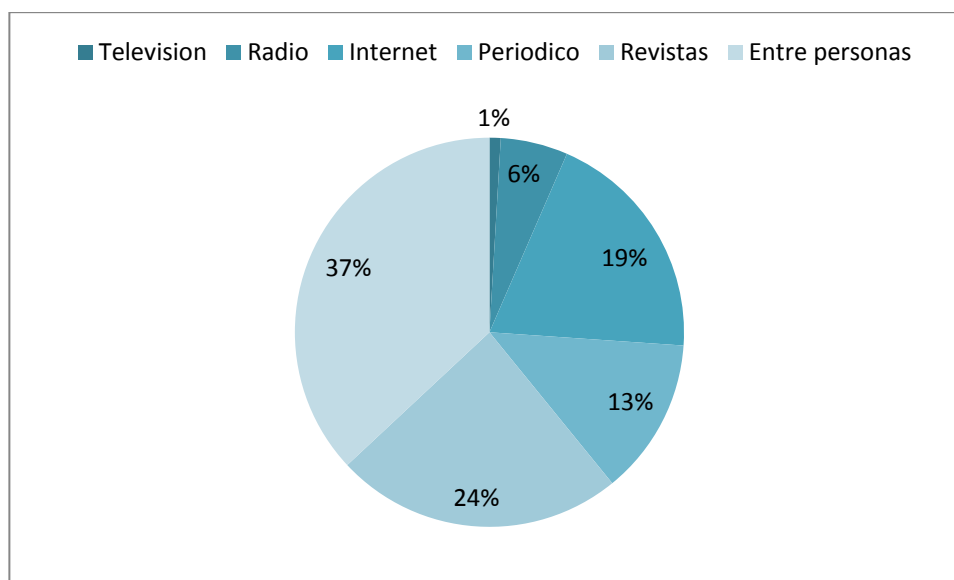
8.

	#	%
de 0 - 500 soles	171	53%
de 500 - 1000 soles	116	36%
de 1000 - 1500 soles	27	8%
de 1500 - 2000 soles	0	0%
de 2000 soles a mas	8	3%
	322	100%



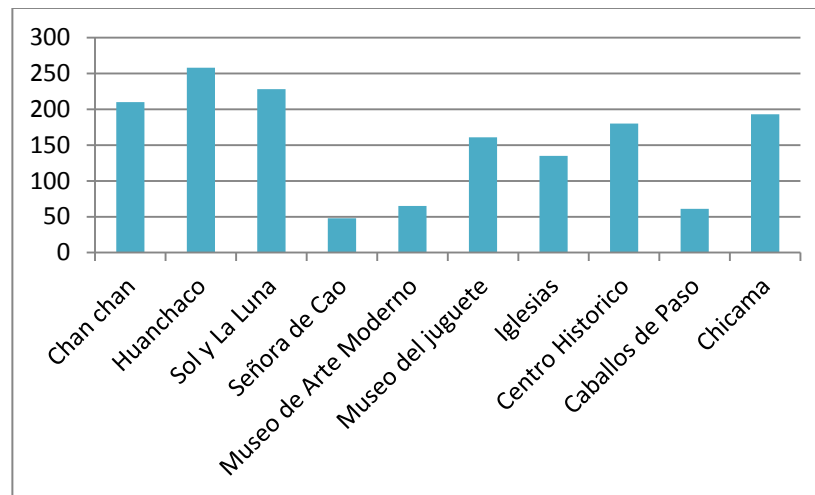
9. ¿Por qué medio de comunicación se informó de nuestra ciudad?

	#	%
Television	3	1%
Radio	18	6%
Internet	63	20%
Periodico	42	13%
Revistas	77	24%
Entre personas	119	37%
	322	100%



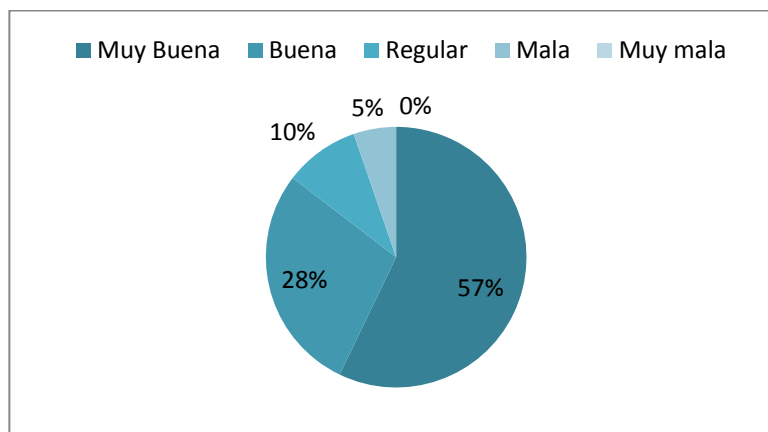
10. ¿Qué lugares de nuestra ciudad va a visitar?

	#
Chan chan	210
Huanchaco	258
Sol y La Luna	228
Señora de Cao	48
Museo de Arte Moderno	65
Museo del juguete	161
Iglesias	135
Centro Historico	180
Caballos de Paso	61
Chicama	193



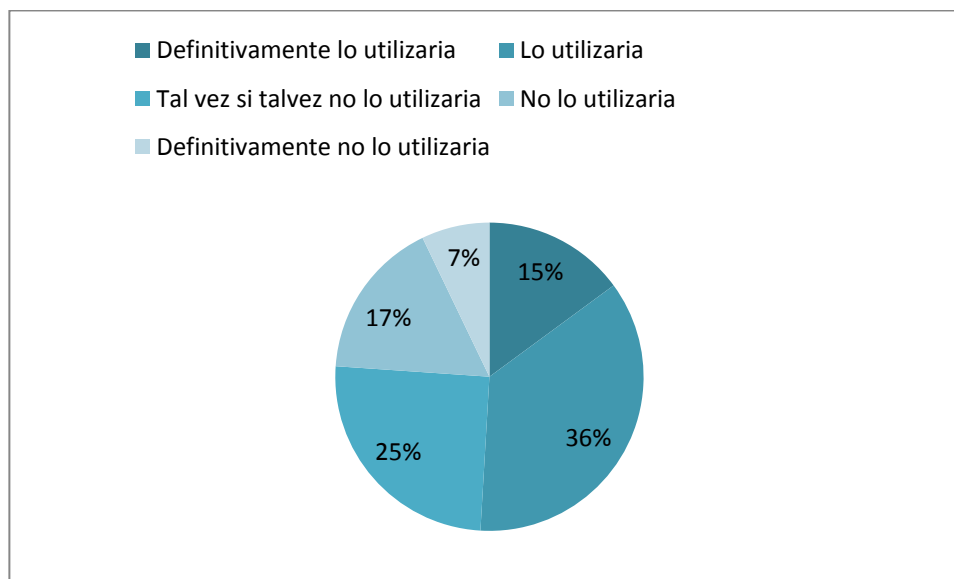
11. ¿Qué le parece esta idea?

	numero	%
Muy Buena	184	57%
Buena	91	28%
Regular	30	9%
Mala	17	5%
Muy mala	0	0%
	322	100%



12. ¿Qué tan interesado estaría Usted de utilizar este servicio?

	numero	%	Intencion de compra	TOTAL
Definitivamente lo utilizaria	48	15%	75%	36
Lo utilizaria	116	36%	25%	29
Tal vez si talvez no lo utilizaria	81	25%	10%	8
No lo utilizaria	54	17%	3%	2
Definitivamente no lo utilizaria	23	7%	2%	0
	322	100%		75
				23%



12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en promedio por este servicio?

13. ¿Qué bebida prefería consumir durante el recorrido turístico?

14. ¿Cuántas bebidas cree Usted, que podría consumir durante el recorrido de 2 horas?